

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS**

**E.A.P. DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Aplicación del programa radial Mi novela favorita en el  
aprendizaje de las capacidades comunicativas en  
alumnos de educación secundaria**

**TESIS**

**Para obtener el Título Profesional de Licenciada en Comunicación  
Social**

**AUTOR**

**Zulema Daria Leiva Bazán**

**Lima – Perú**

**2015**

## **DEDICATORIA**

A mi hijo Miguel Adrián, el motor de mi vida y a quién le robé  
muchas horas.

A mis padres Eusebio y Teresa, por su apoyo siempre.

A mis hermanos, mis sostenes.

A mi querido asesor Alberto Villagómez Páucar, su guía y aliento  
me ha permitido culminar esta tesis.

A Miguel, quien me dio lo mejor de mi vida.

## ÍNDICE

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b> | <b>9</b> |
|--------------------------|----------|

### **CAPÍTULO 1**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b> | <b>11</b> |
|--|-----------|

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1.1   | Determinación del problema.....                  | 11 |
| 1.1.1 | Problema General.....                            | 13 |
| 1.1.2 | Problemas Específicos.....                       | 13 |
| 1.2   | Objetivos: generales y específicos.....          | 13 |
| 1.2.1 | Objetivo General.....                            | 13 |
| 1.2.2 | Objetivos Específicos.....                       | 14 |
| 1.3   | Importancia y alcances de la investigación ..... | 14 |
| 1.4   | Limitaciones de la investigación.....            | 15 |

### **CAPÍTULO 2**

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>ASPECTOS TEÓRICOS.....</b> | <b>16</b> |
|-------------------------------|-----------|

|        |  |     |
|--------|--|-----|
| 2.1    | Antecedentes del problema.....                 | 16  |
| 2.1.1  | Tesis nacionales.....                          | 16  |
| 2.2.2  | Tesis Internacionales.....                     | 19  |
| 2.2    | Bases teóricas.....                            | 23  |
| 2.2.1  | La comunicación.....                           | 23  |
| 2.2.2  | Tipos de medios de comunicación.....           | 27  |
| 2.2.3  | La radio.....                                  | 36  |
| 2.2.4  | Historia de la radio.....                      | 37  |
| 2.2.5  | Importancia y características de la radio..... | 70  |
| 2.2.6  | El lenguaje radial.....                        | 75  |
| 2.2.7  | El discurso radiofónico.....                   | 82  |
| 2.2.8  | Radio educativa.....                           | 83  |
| 2.2.9  | Efectos de la radio.....                       | 95  |
| 2.2.10 | Adaptaciones radiales de obras literarias..... | 99  |
| 2.2.11 | Mi novela favorita.....                        | 114 |

|  |     |
|--|-----|
| 2.2.12 La educación en el Perú.....                            | 148 |
| 2.2.13 Área de Comunicación .....                              | 151 |
| 2.2.14 Capacidades comunicativas del área de Comunicación..... | 152 |
| 2.2.15 El aprendizaje.....                                     | 159 |
| 2.3 Definiciones de términos básicos.....                      | 165 |

### **CAPÍTULO 3**

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| <b>HIPÓTESIS Y VARIABLES.....</b> | <b>168</b> |
| 3.1 Hipótesis.....                | 168        |
| 3.1.1 Hipótesis General.....      | 168        |
| 3.1.2 Hipótesis Específicas.....  | 168        |
| 3.2 Variables.....                | 168        |
| 3.2.1 Variable independiente..... | 168        |
| 3.2.2 Variable dependiente.....   | 169        |

### **CAPÍTULO 4**

|   |            |
|---|------------|
| <b>METODOLOGÍA.....</b>                               | <b>171</b> |
| 4.1 Método de la investigación.....                   | 171        |
| 4.1.1 Enfoque de investigación.....                   | 171        |
| 4.2 Diseño de la investigación .....                  | 171        |
| 4.2.1 Tipo de estudio.....                            | 171        |
| 4.2.2 Nivel.....                                      | 171        |
| 4.3 Población y muestra.....                          | 172        |
| 4.3.1 Población.....                                  | 172        |
| 4.3.2 Muestra.....                                    | 172        |
| 4.3.3 Diseño muestral.....                            | 172        |
| 4.4 Técnicas de recolección de datos.....             | 172        |
| 4.4.1 Técnicas.....                                   | 172        |
| 4.4.2 Instrumentos.....                               | 172        |
| 4.4.3 Selección y validación de los instrumentos..... | 173        |

## **CAPÍTULO 5**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 178**

#### **VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS**

##### 5.1 Descripción de resultados..... 178

##### 5.1.1 Prueba de normalidad..... 178

##### 5.1.2 Contrastación de hipótesis..... 181

### **CONCLUSIONES..... 189**

### **RECOMENDACIONES..... 190**

### **BIBLIOGRAFÍA..... 191**

### **ANEXOS..... 201**

#### Anexo 1: Matriz de consistencia..... 202

#### Anexo 2: Programa *Mi Novela Favorita*..... 204

#### Anexo 3: Resumen de obras seleccionadas..... 209

#### Anexo 4: Ficha técnica de instrumentos..... 213

#### Anexo 5: Instrumento: pre y posprueba..... 216

#### Anexo 6: Reseña de la Institución Educativa..... 220

#### Anexo 7: Imagen de insignia y fachada de Institución Educativa..... 221

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1: Funciones de los medios de comunicación de masas.....  | 29  |
| Tabla 2: Géneros radiales.....  | 83  |
| Tabla 3: Conceptos Tecnología de la Información y Comunicación.....   | 133 |
| Tabla 4: Ventajas y desventajas del aprendizaje.....  | 141 |
| Tabla 5: Ventajas y desventajas de los profesores.....  | 142 |
| Tabla 6: Ventajas y desventajas de los estudiantes.....   | 143 |
| Tabla 7: Diseño de Educación Básica Regular.....  | 150 |
| Tabla 8: Componentes del área de comunicación VII ciclo de EBR.....   | 154 |
| Tabla 9: Capacidades y conocimientos del Área de Comunicación.....  | 155 |
| Tabla 10: Capacidades y conocimientos modificadas.....  | 157 |
| Tabla 11: Dimensiones indicadores del programa <i>Mi Novela Favorita</i> ...  | 169 |
| Tabla 12: Dimensiones e indicadores del aprendizaje de las<br>Capacidades Comunicativas del Área de Comunicación..... | 170 |
| Tabla 13: Escala de pre y postest.....  | 175 |
| Tabla 14: Puntaje de juicio de expertos.....  | 176 |
| Tabla 15: Análisis confiabilidad instrumento: Capacidades Comunic....   | 177 |
| Tabla 16: Prueba de normalidad.....   | 178 |
| Tabla 17: Comparación de grupos antes de aplicar programa MNF.....  | 179 |
| Tabla18: Comparación de grupos después de aplicar programa MNF....  | 180 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Diagrama de cajas y bigote antes y después de aplicar el programa Mi novela favorita.....                    | 182 |
| Figura 2. Diagrama de cajas y bigote del puntaje promedio de la Expresión y Comprensión Oral.....                      | 184 |
| Figura 3: Diagrama de cajas y bigote del Puntaje de la Comprensión de Textos del área de Comunicación.....             | 185 |
| Figura 4. Diagrama de cajas y bigote del Puntaje de la Producción de Textos del área de Comunicación.....              | 187 |
| Figura 5: Diagrama de cajas y bigote del Puntaje en el aprendizaje de las Interacciones de Expresiones Literarias..... | 188 |

## ÍNDICE DE IMÁGENES

|  |     |
|--|-----|
| • Tipos de medios principales.....   | 27  |
| • Los “muchachos” del Coliseo .....  | 46  |
| • Radio Club Peruano.....  | 53  |
| • Radio Nacional .....   | 56  |
| • Vertientes de la adaptación radiofónica .....  | 106 |
| • Dramatización de la llegada de los extraterrestres<br>a New Jersey.....  | 110 |
| • Orson Welles dramatizando La Guerra<br>de los Mundos.....  | 111 |
| • Portada de New York Times informando sobre el programa<br>de Welles.....   | 113 |
| • Orson Welles acompañado de la orquesta de Ramón Raquello..   | 113 |
| • Alonso Alegría dirigiendo la realización de MNF .....  | 115 |
| • Directiva de difusión y aplicación de MNF .....  | 117 |
| • Guía Pedagógica para la promoción de lectura a través<br>de la radio.....  | 117 |
| • Firma de convenio entre MINEDU y RPP.....  | 117 |
| • Alumnas de la I.E. San Vicente de Paúl de Jauja en representación<br>de Teatro Escolar con Mi Novela Favorita..... | 122 |
| • Web de la IE César Vallejo de Tambogrande – Piura.....   | 124 |
| • Alumnas en concurso educativo en Radio Tropicana.....  | 126 |
| • Blog IEP Peruano Suizo.....  | 126 |
| • Plan lector para invidentes con MNF en ICPNA.....  | 128 |
| • Alonso Alegría en conferencia .....  | 129 |
| • Círculo de Lectura en penal Castro Castro .....  | 130 |



## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se enmarca en el programa de Licenciatura de Comunicación Social en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, impartido por la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de esta casa de estudios y pretende estudiar los efectos de programa radial *Mi novela favorita* en las capacidades comunicativas de los alumnos de la *Institución Educativa Privada América International School* de Lima.

Un punto de partida para la realización de este estudio es el interés por conocer sobre las adaptaciones radiales y otro es la preocupación por el desarrollo de las capacidades comunicativas en los alumnos de secundaria. Diversos autores destacan la presencia de la literatura en la radio ya sea en programas educativos o en adaptaciones radiales, como en el caso a estudiar. Se trata del programa *Mi novela favorita*, producida por Radio Programas del Perú, con un equipo de primer nivel, además con la selección y presentación de nuestro Premio Nobel Mario Vargas Llosa. En otras investigaciones se han hecho referencia a las adaptaciones radiales, pero en este caso existe la particularidad de ser un proyecto netamente peruano y con un ambicioso objetivo: educar entreteniéndolo.

El aprendizaje de las capacidades comunicativas de los estudiantes en nuestro país se encuentran disminuidas, diversos estudios así lo sustentan, y se dice también que la falta de estas capacidades mermará, en un futuro, el desarrollo integral del estudiante. También existe la necesidad de acercar al público, en especial al alumno, a la literatura, de la que progresivamente se ha ido alejando.

Esta investigación consta de cuatro capítulos, en el primero se plantea el problema, para ello se realiza un diagnóstico del fenómeno a estudiar, dando por efecto la formulación del problema; a su vez, se explican la importancia, los alcances de la investigación y sus limitaciones. El segundo capítulo contiene el marco teórico, donde se presentan los antecedentes de la investigación, los fundamentos teóricos, las concepciones y enfoques sobre las variables y la definición de términos básicos.

En el tercer capítulo se fundamentan y formulan las hipótesis; se identifica, clasifica y operacionaliza las variables. En el cuarto capítulo se enuncia la metodología del presente estudio, se trata de una investigación aplicada, el método es el deductivo-inductivo, el diseño de investigación es el cuasiexperimental – explicativo. Asimismo nos referimos a la población, muestra y los instrumentos de recolección de datos.

El quinto capítulo desarrolla la estrategia utilizada para la prueba de hipótesis, se expone la presentación, análisis e interpretación de los datos a través de gráficos y datos comparativos entre el grupo experimental y el grupo control; así también, el proceso de prueba de hipótesis, la discusión de los resultados y la adopción de las decisiones; también se añade una interpretación cualitativa, realizada a través de una guía de observación sobre las capacidades comunicativas de los alumnos que corresponden a la muestra.

Finalmente se presentan las conclusiones y se sugieren algunas recomendaciones de la investigación, acompañadas de las referencias bibliográficas y los anexos que ilustran y ayudan a su mejor comprensión. Se adjunta la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos entre ellos el resumen de la validación, las tablas utilizadas y la reseña histórica del centro educativo donde se realizó el estudio.

# **CAPÍTULO 1**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Determinación del problema**

La radio desarrolla la imaginación del escucha, quien ante la carencia de la visión crea situaciones fantásticas e irreales. Ello lo convierte en un generador incesante de contenidos muy atractivos, empleando el lenguaje radial y sus elementos como la música, los efectos o el silencio mismo, que transmite tanto aunque no pareciese. Un aspecto a resaltar es la naturaleza del contenido de los programas de radio los que en su mayoría son de entretenimiento o de corte informativo, en menor cuenta el cultural o educativo, debido al predominante afán comercial en los últimos tiempos.

En América Latina la radio ha sido reconocida por su gran alcance, por su economía, por su facilidad para transmitir, entre otras virtudes. La radio debe aprovechar esa potencialidad para bregar y salir airoso de su rivalidad permanente con los otros medios. Innovar es la palabra clave para no quedar rezagada.

Líneas arriba nos referimos al componente educativo y es que la radio es considerada como el medio que mejor se adapta a las necesidades educativas, por la disponibilidad de recursos materiales, humanos y financieros. Más aún cuando sabemos que la comunicación es un factor medular para lograr cualquier tipo de objetivo educativo. Con ello se demuestra que la radio también puede ser formadora y se ha demostrado que influyen en la educación de nuestros estudiantes. Hay que recordar que a lo largo de su historia, la radio ha demostrado su función educativa, en la teatralización de obras literarias, en programas de corte educativo, entre otros.

En la educación se mantienen costumbres como la de leer un libro y con recelo el uso de otros soportes, los que nos son aprovechados en toda su magnitud, por ello sería necesario darle la relevancia que se merece, sobre todo en las capacidades comunicativas, debido a su importancia para el área de Comunicación. Es importante desarrollar el sentido de escucha en los alumnos, que como se sabe, esta capacidad es fundamental para decodificar los mensajes de la radio.

También es una realidad que los estudiantes no tengan afición por la lectura de textos literarios y, por lo general, en las escuelas para este género no se consideren soportes distintos al libro. Con una adaptación radial los estudiantes tendrían la oportunidad de recibir la información que les motive a fomentar el hábito de la lectura y despierte la curiosidad en investigar más allá de lo escuchado. Otra ventaja se destaca en que estos soportes, audiovisuales e interactivos, son pertinentes para la época y dominan sus vidas.

La afirmación de Gabriel García Márquez, “las grandes obras de la literatura quedarán para fósiles”, debemos desterrarla utilizando contenidos más atractivos y ágiles para los estudiantes. Por ello, es importante integrar a los medios de comunicación con el proceso educativo, ya que constituye una herramienta efectiva de traslado de información, las mismas que al ser decodificadas adecuadamente por los alumnos, puedan interpretar sus mensajes y distinguir lo que le interesa o no, lo que es real y lo que no.

Las evaluaciones, realizadas por el Ministerio de Educación como las realizadas por instituciones nacionales e internacionales, entre las que destaca la prueba PISA, evidencian que la lectura en el Perú está lejos de ser un hábito consolidado y de ser realizada de manera adecuada. En los últimos grados de educación secundaria decrece la motivación hacia la lectura, este puede ser un juicio temerario, pero se explica porque los alumnos se encuentran en una etapa de confusión propia de la adolescencia donde consideran como prioridad factores como la socialización, el enamoramiento, la preocupación por conflictos con sus padres y la preocupación por su futuro inmediato.

Entre los factores que influyen negativamente en la capacidad de la comprensión lectora en los estudiantes y por ende en sus capacidades comunicativas, el mismo que ocupa un lugar medular en el aprendizaje y futuro desarrollo de capacidades para la vida, y es aquí donde precisamente centraremos nuestro estudio, para ello realizamos una experiencia de llevar una como herramienta de aprendizaje el del programa radial *Mi novela favorita*.

Por esta razón es que se plantea la interrogante: ¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en el aprendizaje de las

Capacidades Comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School*?

### **1.1.1 Problema General**

¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en el aprendizaje de las Capacidades Comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School*?

### **1.1.2 Problemas Específicos**

- ✓ ¿Cómo son los aprendizajes de las Capacidades Comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria del grupo control y/o experimental antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*?
- ✓ ¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en el aprendizaje de la Expresión y Comprensión Oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?
- ✓ ¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Comprensión de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?
- ✓ ¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?
- ✓ ¿Qué efectos produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?

## **1.2 Objetivos: generales y específicos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de

Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School*.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Describir y analizar los aprendizajes de las Capacidades Comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria del grupo control y/o experimental antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.
- ✓ Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en el aprendizaje de la Expresión y Comprensión Oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ Demostrar los efectos que produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Comprensión de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ Probar los efectos que produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa *Mi novela favorita* en la Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.

### **1.3 Importancia y alcances de la investigación**

El presente estudio tiene por fin demostrar los efectos del programa *Mi novela favorita* en el mejoramiento de las capacidades comunicativas de los alumnos de VII ciclo de educación básica de la Institución Educativa Privada *América International School* de la UGEL N° 05 de Lima; asimismo, destacar la importancia de la adaptación radial en la educación, al considerar a este género como beneficioso para el aprendizaje y la comprensión lectora. También el acercamiento de la literatura al alumno a través de los medios audiovisuales, con ello se demostrará que un programa radial puede contribuir en la mejora del área de comunicación y, a la postre contribuir a elevar el nivel de la educación del país, que como todos sabemos, se encuentra en muy bajo

nivel y cómo se puede transformar cultura en entretenimiento y que aprendan a usar herramientas interactivas en su quehacer académico.

Con ello se convertirá en un antecedente académico para futuras investigaciones donde se proyectará el valor de la adaptación radial y reafirmar el valor de las TIC en el ámbito educativo, documento de gran utilidad para los maestros y comunicadores, convirtiendo a la educomunicación en un aliado para el desarrollo de la educación y cultura del país. Igualmente se constituirá en una guía en la búsqueda de renovadas formas de aprendizaje con formas de contenido creativas ante el micrófono para informar, entretener y educar.

#### **1.4 Limitaciones de la investigación**

En el presente trabajo de investigación señalamos las limitaciones siguientes:

**Factor económico.** Mencionaremos el alto costo de la tesis, además que es una investigación auto subvencionada, lo que implica que se determinará un monto de dinero mientras dure el estudio y los trámites complementarios.

**Factor tiempo.** La tesis tuvo también como limitación el poco tiempo para investigar, debido a otras obligaciones como el trabajo y asuntos personales. El tiempo aproximado fue de diez horas semanales de trabajo intelectual, en el procesamiento estadístico y en la corrección de estilo.

**Control de problemas.** Durante la aplicación de un instrumento, pueden surgir diversos eventos que mermen los resultados obtenidos y el investigador, muchas veces, no puede controlar estos problemas, por ejemplo, la prueba puede ser realizada en un tiempo en el que coincidimos con un momento no propicio, lo que influye en los resultados. Además de las limitaciones presentadas se considera conveniente establecer una limitación más.

**Limitaciones bibliográficas.** Las universidades privadas son las que poseen libros y material bibliográfico actualizado pero el acceso restringido representa un inconveniente. También que los textos especializados en las bibliotecas y librerías tienen un alto costo, lo que merma nuestra economía y aumenta el presupuesto. Otro punto es la existencia de abundante información y materiales de consulta en Internet, pero muchas veces son etéreas o carecen de confiabilidad, por lo que se pierde tiempo depurando esta información.

## CAPÍTULO 2

### ASPECTOS TEÓRICOS

#### 2.1 Antecedentes del problema

##### 2.1.1 Tesis nacionales

Subia, L., Mendoza, R., y Rivera, A. (2012) realizan el estudio denominado *Influencia del programa Mis lecturas preferidas en el desarrollo del nivel de comprensión lectora de los estudiantes del 2do grado de Educación Primaria de la Institución Educativa N° 71011 San Luis Gonzaga, Ayaviri – Melgar – Puno 2011*, presentado para obtener el grado de Magister en Educación en la Universidad César Vallejo.

Los investigadores arriban a lo siguiente: La aplicación del programa *Mis lecturas preferidas* influyen significativamente en la comprensión lectora de los estudiantes del 2do. grado de Educación Primaria de la I.E. N° 71011 San Luis Gonzaga –Ayaviri - Puno. También sugieren que el director de este colegio elabore y ejecute un programa de lectura con el fin de mejorar los niveles de comprensión lectora en sus alumnos, asimismo que los docentes apliquen nuevas estrategia de aprendizaje, en especial para la comprensión lectora el cual se da en todas las áreas, la misma que facilita el aprendizaje.

Carranza, J. (2010) desarrolla el Informe Profesional *El plan lector en el fomento de hábitos de lectura en los alumnos del colegio Alpamayo, durante los años 2006 al 2008*; para optar el título de Licenciado en Bibliotecología y Ciencias de la Información en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El autor concluye que el Plan Lector aprobado por Resolución Ministerial N° 0386-2006-ED del Ministerio de Educación, se aplica desde la exigencia oficial en el colegio Alpamayo, quienes llevan a cabo una serie de procesos de carácter técnico administrativo, como función principal de docentes del área de Comunicación y el apoyo de la biblioteca del colegio; también que las actividades complementarias que el mencionado centro de estudios realiza en la ejecución y puesta en marcha del Plan son los siguientes: feria del libro,



visita de autores, juegos florales, exposición de trabajos, narración de cuentos y representaciones de teatro.

Cano, G. (2009) presenta la tesis *Cuestionario sobre motivación lectora en una experiencia de Plan Lector*, para optar el título de Licenciado en Psicología en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El investigador concluye lo siguiente: la versión traducida al castellano del cuestionario de Plan Lector MQR 2004 ha sido adaptada a los colegios de la muestra, tomando en consideración la adecuación lingüística de los ítems, según la cultura y la edad. Los resultados del análisis factorial oblicuo secundario permitieron confirmar la agrupación teórica de los componentes de la motivación lectora planteada por Wigfield y Guthrie (1997); en las siguientes escalas: eficacia lectora, reto de la lectura, curiosidad lectora, compromiso lector, importancia dada a la lectura, aproximación al trabajo relacionado con la lectura y reconocimiento social. Las mujeres de esta muestra obtuvieron puntajes que demostraban mayor motivación hacia la lectura en comparación que sus pares masculinos. Respecto al grado escolar se pudo apreciar que los alumnos de noveno grado son los que presentan mayores puntajes en general, seguidos de los del décimo y undécimo correlativamente. Se elaboraron baremos (para hombres y mujeres y por grados) que permitieran utilizar el MRQ-2004 de Wigfield y Guthrie como una herramienta para medir la motivación lectora en adolescentes escolares y así orientar los programas de lectura en las instituciones educativas participantes.

Pizarro, S. (2008) realiza la tesis *Aportes desde la comunicación a la educación: Una experiencia de aplicación del programa de televisión Costumbres en el aula escolar*, para optar el título de Licenciada en Comunicación en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Entre las conclusiones a las que llega Pizarro figuran que en las clases se logra promover la comunicación grupal e interpersonal entre docente y alumnos, asimismo se generan espacios de discusión y reflexión sobre los temas expuestos, los mismos que permiten en los alumnos la formación de ideas propias y un pensamiento crítico, principalmente sobre las expresiones culturales peruanas. Asimismo, con la propuesta de aplicación se busca que

tanto docentes como alumnos, puedan reconocerse como actores principales de cambio en la escuela; a través de la adopción de metodologías comunicativas y educativas que aporten al desarrollo de sus clases escolares. La televisión en soporte video promueve en el aprendizaje de los alumnos porque pueden permanecer más atentos a la clase y en consecuencia el aprendizaje es más inmediato. Según los profesores, las imágenes proyectadas son mejor recordadas, no sólo en un corto plazo, sino en un mediano o largo plazo. Posee un valor significativo pedagógico para los docentes porque les ayuda a que sus clases sean más dinámicas, didácticas y amenas. Luego de ver el programa de televisión Costumbres en soporte video, los alumnos plasmaron de manera creativa lo aprendido, a través de la producción de textos. Se puede promover el conocimiento de la cultura peruana en los niños, motivándolos a través del diálogo participativo en el aula y por medio del uso de medios audiovisuales con contenido cultural.

Cubas, R. (2002), en su tesis denominada *La radio infantil: un caso práctico, el programa Chibolos*, realizada para lograr el título de Licenciada en Comunicación en la Universidad de Piura. La investigadora concluye lo siguiente: realizar un programa radiofónico infantil, como *Chibolos* no es una actividad al azar; requiere de un auténtico conocimiento del medio, de la realidad y una gran responsabilidad en la conducción y selección del material a ser transmitido, pues la audiencia con la que se trabaja está compuesta por niños, que son seres en formación. De ahí lo importante de concebir al programa que a la vez entretenga y eduque. Esto sólo se logra si existe un verdadero conocimiento del mundo infantil. El trabajo como tal, con niños, está prohibido por la legislación de varios países, por ello se postula como propuesta la creación de una escuela de talentos para niños que gustan de la radio, donde se les permita aprender de manera teórica y práctica el mundo de la radio y, a la vez, ofrecerles la posibilidad de demostrar sus capacidades desde la producción de un programa radiofónico infantil. El programa radiofónico infantil *Chibolos* es el resultado de la combinación del gusto por la radio y el amor por los niños. Para la audiencia será un juguete que un grupo de pequeños como ellos le ofrecen para divertirse, volcar su interior y su visión

del mundo, que no siempre comparten con los adultos. Para el equipo de trabajo será un aprendizaje y la oportunidad de poder expresarse como un modo de ir formando ciudadanos con conciencia que sepan siempre alzar su voz con respecto de lo que acontece.

### **2.1.2 Tesis Internacionales**

Herrería, A. (2011) desarrolló el Informe final: *Adaptación radial de la obra Rupito de Monseñor Leonidas Proaño: como formato de incentivo a la lectura y apoyo en la cátedra de literatura para estudiantes de los colegios de la ciudad de Ibarra*, con el fin de obtener el título de Licenciada en Comunicación Social en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

La autora concluye que la radio es un medio de difusión masivo, que llega a todas las clases sociales, posee brevedad, temporalidad inmediata y un lenguaje propio; requiere una menor inversión en medios técnicos y tiene mayor cobertura. La educación es la formación y rescate de todo aquello que consideramos íntimamente valioso. Educar es toda acción intencionada que se realiza para ayudar a otro a sacar fuera de sí lo mejor de él mismo, no significa imponer, sino más bien proponer, mostrar diferentes opciones o caminos para ayudar a cada uno a ver cuáles son los mejores valores para él. La mayoría de medios radiofónicos no producen programas de corte educativo, ya que los dueños de la radio tienen como prioridad brindar espacios sólo de entretenimiento, o en ellos prevalece el interés económico sobre el afán de servicio a la colectividad. La tesista recomienda a los dueños de los medios radiales, profesionales y estudiantes de comunicación social, brindar programas con objetivos auténticamente educativos, que capten la atención del radioescucha, le orienten de mejor manera en su convivencia diaria, y contribuir así con un servicio a la comunidad. La producción radial de adaptaciones de obras literarias debe ser considerada un material didáctico dentro de las aulas por lo que es recomendable que los profesores, los estudiantes y las escuelas trabajen con este material.

El trabajo de grado realizado por Cárdenas, A. (2008), denominado *Radio creativa en la radio escolar. Vía libre a la imaginación y la fantasía*,

desarrollado para optar el título de Comunicadora Social, en la Facultad de Comunicación y Lenguaje y Comunicación Social en la Pontificia Universidad Javeriana en Bogotá, Colombia. Como conclusiones a las que arriba la tesista encontramos que se rescatan las miles de visiones que enmarcan la comunicación en la escuela, quienes encuentran en los medios una posibilidad diferente de distracción y de ver la escuela, ponen muchas expectativas en la comunicación para la resolución de conflictos, el aprendizaje gustoso y la exploración de habilidades, y dificultades. Los esfuerzos, la constancia y la energía arrolladora de quienes creen apasionadamente han sido la fuerza promotora que ha hecho posible la radio en la escuela. A lo largo de muchos años diferentes proyectos, se han encargado de seducir a miles de jóvenes, maestros, oídos y voces. Experiencias que se repiten incesantemente, germinan y crecen a diario en quienes se involucran. El trabajo con los chicos del Colegio Antonio Nariño, particularmente en el grupo de estudiantes ha dejado fuertes y profundas impresiones. Se han hecho evidentes las diferencias de pensamientos, gustos musicales y estilos de vida; se ha fortalecido el trabajo en equipo; muchos estudiantes se han hecho más amigos, pero también se han roto algunos vínculos afectivos durante el proceso. Como experiencia se consideraron los talleres en medios de comunicación sea radio, prensa o video, como pilotos de educación sobre conocimientos no necesariamente relacionados con el currículo estudiantil. Se encuentra en este tipo de proyectos una herramienta para fortalecer la enseñanza en el aula, para crecer a nivel personal, en el conocimiento de las capacidades y posibilidades infinitas de la imaginación.

Chacón, L. y Reyes, A. (2005), desarrollan la tesis *El Quijote, una aventura de La Mancha a la radio*; para lograr el grado de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Católica Andrés Bello en Venezuela. Como conclusiones señalan que existen tantas maneras de realizar adaptaciones como personas que estén dispuestas a hacerla, además que esa realización de adaptaciones infantiles no es un proceso sencillo pues se debe escribir de manera clara y entendible, sin llegar a subestimar a quienes serán nuestros receptores. Es fundamental ponernos en el lugar de nuestra

audiencia. Es tan importante el manejo del lenguaje como la historia de contar. Una de las diferencias principales entre la radio y libros radica en que, en que la primera es fundamental utilizar un lenguaje sencillo, claro y entendible, pues a diferencia de los libros, no se puede volver atrás ya que se corre el riesgo de perdemos en la trama. La radio debe ser sugerente y dejar que la audiencia cree sus propias imágenes sobre la base de su experiencia; de esa manera no se cerca la imaginación del oyente, sino que este sigue creando, transformando y soñando. Una vez culminada la producción el proceso de creación continua su rumbo, por eso se dice que el proceso de creación “nunca termina”. Este tipo de proyectos es una solución factible para resolver el desinterés o el desconocimiento que existe hacia parte de las grandes obras de la literatura. Por otro lado, las adaptaciones radiofónicas y los radioteatros, son necesarios para satisfacer la demanda de la programación infantil en nuestro país; producciones que aportan entretenimiento y promueven la educación y cultura.

Galarza, T. (2003) presenta la tesis *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa: el caso IRFEYAL*, para lograr el grado de Doctor en Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Entre las conclusiones del estudio se seleccionaron que las clases radiofónicas, que parecían en sí cautivantes y estimuladoras del aprendizaje, no cumplían su papel de acuerdo con el método pedagógico de IRFEYAL (Instituto Radiofónico Fe y Alegría). Los problemas de emisión y la falta de secuencias limitaban su capacidad de interacción o de influencia recíproca entre el profesor locutor y la audiencia estudiantil. El programa había perdido la capacidad para permitir el acceso de los estudiantes adultos a un aprendizaje efectivo y de buena calidad. No obstante, la clase radiofónica procuraba incentivar al alumno a pensar, a estudiar, a rellenar el módulo escrito y a participar en el intercambio semanal.

Reyes, M. y Vorher, V. (2003) realizan el estudio llamado *Fundamentos conceptuales para el diseño de un noticiario en radio para niños y bases para su producción*, tesis para alcanzar el grado de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de las Américas en Puebla, México. Las investigadoras concluyen que: es erróneo que el niño se encuentre encerrado en su propio mundo y no sea capaz de entender y asimilar la información que

se le presenta, aun cuando esta sea compleja. Las capacidades intelectuales que va desarrollando mientras crece, hacen que sea mucho más consciente de lo que parece a la vista de los adultos, ya que por sí mismo, intenta comprender, predecir y hacerse partícipe de la sociedad en que vive.

Legorburu, J. (2001) en su memoria titulada *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo*, presentada para el grado de Doctor en la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Legorburu concluye que los medios de comunicación, por sus características, por la función social que desarrollan y por su enorme capacidad de influencia; se constituyen en un instrumento formidable para la formación de las personas, tanto cuando lo hacen de una forma consciente, organizada y directa, como cuando su función educativa se desarrolla indirectamente, adquiriendo un carácter meramente divulgativo. Algunos autores no dudan en establecer una correspondencia entre los términos comunicación y educación; de entre todos los medios de comunicación, los más aptos para las tareas formativas son los denominados medios audiovisuales, fundamentalmente, la radio y la televisión. Y de entre estos dos últimos, la radio prevalece en eficacia, por su proximidad al oyente, que es la mayor de los medios de comunicación, y su constante estimulación de la imaginación, a la que fuerza a crear imágenes, con las ventajas que esto tiene para la asimilación de conceptos de forma permanente. Gracias a las características de su lenguaje, la radio es notablemente eficaz en la función formativa de las personas, tanto adultos, como menores de edad. El hecho de emplear la palabra, comprensible por todos los sectores sociales, tanto los culturalmente elevados como los iletrados, sean los que gozan de más bienestar económico, como los más desfavorecidos, su impacto es masivo. En este sentido, es recomendable que los comunicadores radiofónicos, empleen siempre de forma oportuna, elementos como la vocalización, la entonación, la claridad, la audibilidad, la comprensibilidad, etc. La efectividad de la radio educativa es más palpable en determinadas modalidades de formación, adaptables a los métodos de enseñanza a distancia, cada vez más extendidos. Es especialmente útil para la enseñanza de los niveles formativos elementales

de carácter formal. Se emplea con gran éxito como complemento de la enseñanza escolar e incluso de la universitaria. Pero, sobre todo, tiene un gran campo de actuación en las denominadas enseñanzas no formales orientadas a una formación permanente de la persona.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 La comunicación**

La palabra comunicación posee algunas acepciones como son compartir en comunicación y comunidad. En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación". Respecto a la etimología de este término López (1996:26) nos comenta que la comunicación en sentido formal o escrito, entre individuos o grupos humanos por medio de una variable posibilita la intencionalidad de la transmisión y recepción de mensajes codificados que permita la mutua comprensión más allá de las influencias del medio, la comunicación social proviene del latín *comunicare*, ya que significa compartir con otras personas nuestras ideas, emociones o conocimientos, con el surgimiento de la vida en nuestro planeta y su desarrollo ha sido simultáneo al progreso de la humanidad. Se manifestó primero a través de un lenguaje no verbal, evolucionando conforme el hombre mismo evolucionaba.

Otro concepto referente al proceso de la comunicación es el que mediante se realiza el intercambio de ideas, pensamientos, opiniones y, en general, de información, como lo menciona Martínez (2003:74) la comunicación "...es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información".

### **La comunicación humana**

Algunos autores indican que existen distintos tipos de comunicación, por ejemplo la comunicación animal o la comunicación química, en el caso de los primeros se comunican para encontrar comida, escapar de sus depredadores y para establecer ciertas relaciones jerárquicas entre ellos, que les posibilitan un

orden dentro de su comunidad. Esta comunicación se basa en el uso de señales sonoras, visuales y olfativas; a modo de signos, para indicar a un referente o un significado diferente de dichas señales. Dentro del lenguaje animal están los gritos de alarma, el lenguaje de las abejas, etc.

En el segundo caso, citamos a Christian Kost, del Instituto Max-Planck para Ecología Química, de Jena, en el Este de Alemania: "...es una forma de comunicación muy difundida...el intercambio de señales químicas es la más antigua de todas las comunicaciones, porque los ojos y los oídos surgieron más tarde en la evolución. Las plantas, los animales y los microorganismos se comunican a través de moléculas químicas." Para las plantas, los animales, e incluso para microorganismos como hongos o bacterias, la comunicación química significa su supervivencia. En el presente estudio nos vamos a referir a la comunicación humana. Todos los seres vivos tenemos la capacidad de comunicarnos y de compartir información de y hacia nuestro entorno, hecho que nos ha ayudado a sobrevivir y a desarrollarnos.

Para Málaga (2013:33) la comunicación humana se ha establecido como la relación entre dos personas, o un número reducido de ellas, que establecen relativa reciprocidad en sus mensajes. Unas personas emiten información y otras desempeñan el rol receptor de esas emisiones. Esta reciprocidad, que es la esencia de la habitabilidad y la capacidad de relación entre humanos, aparece inicialmente en la comunicación realizada en múltiples aspectos que llevan, necesariamente, a abordar los problemas del espacio social, las distancias y la pertenencia a grupos socio-económicos e incluso políticos o religiosos entre las personas.

La comunicación humana es importante, ya que logra que un individuo entre en contacto con los demás generando una transferencia de información, objetivo que se puede alcanzar cuando utilizamos signos para dejar entender nuestras ideas, conceptos, emociones, sentimientos, etc. Sin embargo la comunicación tiene una importancia u objetivo principal que es provocar algún tipo de aptitud frente a nuestro mensaje.

Serrano (1997:80) se refiere así: "...es aquella que indica que el acto de comunicarse es ponerse en contacto con otra persona (o con otras) y lograr



un intercambio con el ánimo de transmitir algo, de informarse de algo, de construir algo o de aprender algo”...

Desde el enfoque sistémico de la comunicación, uno de cuyos máximos representantes es Paul Watzlawick, la comunicación se puede definir como un “conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos” (Marc y Picard, 1992, pag. 110).

### **El proceso de la comunicación**

Por proceso se entiende a “cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo o cualquier operación o tratamiento continuos” Berlo (1996:65). El vínculo comunicativo es temporal y ocurre en etapas o pasos, ordenados en forma lógica.

Decimos que la comunicación es un proceso, porque se lleva a cabo en un lapso de tiempo. Se necesitan varios elementos y de tiempo suficiente para que ella, en efecto, se realice. Con este fin, hay que pasar por varias etapas, que -aunque muy cortas- es necesario cumplir. El proceso comunicativo se desarrolla a través de la emisión de señales que pueden ser sonidos, gestos o señas, olores, etc., con la intención de dar a conocer un mensaje, y que a consecuencia de éste, se produzca una acción o reacción en quienes lo reciben. Para el caso de los seres humanos, estas señales son más complejas que en los animales, situación que deriva de nuestra capacidad intelectual; el lenguaje escrito, por ejemplo.

Azcárate (2000:34) sustenta que la comunicación consiste, básicamente, en la transmisión de un mensaje de una persona o grupo a otro, lo que requiere de la existencia de voluntad de interacción entre ambas partes, es decir que se cree un proceso de influencia mutua y recíproca, mediante el intercambio de pensamientos, sentimientos y reacciones que se manifiestan a través del *feedback* que se establece entre los comunicantes.

Para que la comunicación sea posible es preciso que:

a) Se produzca una relación entre los actores comunicantes (al menos en el momento puntual de las transmisiones).

- b) Se haga uso del mismo lenguaje.
- c) El receptor decodifique el mensaje recibido según su propio sistema de pensamiento, que se halla inscrito en el sistema de normas y valores del medio en el que opera.
- d) La respuesta estará en función de la comprensión y de los condicionantes individuales, organizacionales y sociales del receptor.

Por su parte Jakobson (1971:45) señala que a partir de los factores que integran el proceso de comunicación verbal -destinatario, emisor, código, mensaje, contacto y contexto- establece seis funciones, según se haga hincapié en un factor u otro. Estas son:

- a) Función emotiva o expresiva. El emisor es el sujeto del discurso de la enunciación.
  - b) Función conativa. Lo fundamental es la recepción del mensaje.
  - c) Función poética. Se centra en el mensaje emitido.
  - d) Función referencial. Tiene que ver con el referente del discurso, distinguiendo dos modalidades de referencia, la de las personas que intervienen en el proceso de comunicación y la del contexto social.
  - e) Función fática. Tiende al consenso significativo, a la eliminación de las diferencias o a su relativización.
  - f) Función metalingüística. Se refiere al código y en ella se podrían distinguir, al menos, el código social, el código que se establece en el proceso de comunicación (producido por el consenso significativo de la situación experimental) y el código de la organización
- Como apreciamos la comunicación es más que solo dar y recibir

información, a través de este proceso también podemos transmitir intencionalidad y estética.

### **Comunicación masiva**

En este caso estamos hablando de una comunicación masiva, aquella destinada a un público variado, ya no solo a un único receptor, sino a múltiples. La comunicación masiva puede ser entendida como el proceso de producción, distribución y consumo de bienes culturales que tienen como destinatario a un público amplio, heterogéneo y anónimo. Está presente en nuestra vida diaria, desde que nos levantamos hasta que dormimos, la televisión radio, cine, prensa, Internet, nos proporcionan entretenimiento e información; están ubicados en los lugares más privados, en la recámara y la sala de nuestra casa; sus productos nos acompañan en el auto, transporte público, trabajo y escuela; los consumimos en las tiendas de discos, en los cines y en los puestos de revistas; nos proporcionan información acerca de lo que acontece

en el país y en el mundo; son punto de referencia para construir la cultura, la idea de lo que somos y son los demás; su existencia es vital para el Estado y las empresas, pues posibilitan la reproducción del orden social.

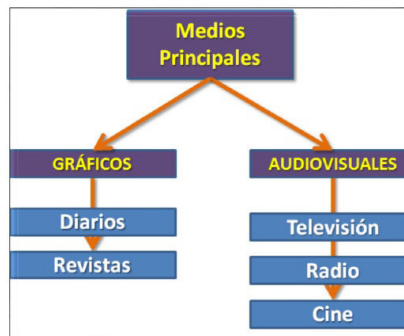
La comunicación masiva es la comunicación con el público, a través del discurso fomentar ideas en ellos, lo que se denomina opinión pública. Al respecto, Barbero (2004:67) manifiesta:

Lo toma como el tema de la opinión pública que aquí es importante la literatura, porque en todas partes han entrado en crisis tanto las antiguas identificaciones que conllevan criterios de juicios semejantes sobre cuestiones diferentes. En el sentido moderno la afirmación de opinión pública supone el reconocimiento de que todos pertenecen a una humanidad común, al mismo tiempo que el reconocimiento de la diversidad de intereses y opiniones.

La comunicación masiva es producto de una serie de fenómenos y procesos que propiciaron el desarrollo de instituciones especializadas en la producción y distribución de bienes simbólicos, como resultado posee cinco características: la naturaleza del público, la producción y difusión institucionalizada de bienes simbólicos o mensajes, la ruptura existente entre la producción y la recepción de mensajes, la extensión de la disponibilidad de la información en tiempo y espacio y la circulación pública de las formas simbólicas.

### 2.2.2 Tipos de medios de comunicación

En una clasificación elaborada por Villamarín (1997:68) los medios de comunicación se dividen en tres grandes grupos (según los tipos de medios de comunicación que engloban): medios masivos, medios auxiliares o complementarios y medios alternativos.



Tipos de medios principales

#### a) Medios masivos de comunicación

Marshall McLuhan (1996:101) refiere que los medios de comunicación de masas son prolongaciones de las personas y de la sociedad pues los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en que se encuentran. Los medios de comunicación también son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión; instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea. Los medios de comunicación son cada vez más actores centrales para el funcionamiento del sistema político y su estudio es clave para comprender las dinámicas que se dan en él y en el modo en que los ciudadanos se vinculan a las instituciones políticas

Para el chileno Taufic (s.f.:38) los medios masivos de comunicación tienen desventaja, como que: “distraen a los individuos de sus objetivos, para crearles falsos valores, ilusiones que no verán concretarse en su vida, para culminar a - sus líderes y sus ideologías”; aunque parezca impresionante es normal que un niño en horario familiar pueda acceder a violencia familiar, sexo, drogas, robos, asaltos, muerte entre otros, dejando de lado la educación, la tranquilidad, la ilusión, felicidad, alegría, familia y más.

La teoría del canadiense educador y filósofo Marshall McLuhan sustentada en su libro “El medio es el mensaje”, se interpreta desde el punto donde lo primordial se vuelve el medio, dejando de lado a los contenidos, teoría que no está fuera de la razón, porque los más-media o medios de masas, empezaron a ser parte de la vida de la sociedad, buscaron que los individuos piensen igual y se rijan a su modo de producción, de tal forma que la hipótesis del filósofo lleva a mencionar que la sociedad es dominada por los medios y no por los contenidos.

En 1948, el politólogo norteamericano Harold Lasswell esbozó algunas de las funciones clásicas de los medios de comunicación de masas con relación a la sociedad (Ver tabla 1).

| TABLA I: FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS   |  |
|---|--|
| Información   | Transmitir información es la función periodística de los medios.   |
| Correlación   | Esta función tiene como objetivo explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y la información, apoyar a la autoridad y a las normas establecidas, crear consenso y coordinar actividades aisladas.  |
| Diversión (Entretenimiento)   | Esta función se refiere al tiempo libre. Se manifiesta a través de las películas, la música, los pasatiempos, las caricaturas, historietas, horóscopos, entre otros. Su utilidad sería la de reducir la tensión social.  |
| Persuasión  | Los medios de comunicación se usan también para formar tendencias en la opinión pública, influir sobre los votantes, modificar actitudes, moderar la conducta, derrumbar o construir mitos y vender productos. Esta función es más efectiva cuando se lleva a cabo de una manera sutil. Asimismo, esta función supone otra: la de continuidad, ya que debe fomentar el carácter comunal de los valores como así también promover la cultura dominante y reconocer subculturas.   |
| Servir al sector económico  | En las sociedades capitalistas, los medios de comunicación son empresas y su servicio más obvio es la función publicitaria. Los medios acercan entre sí a vendedores y compradores al crear espacios que atraen público y venden este espacio a los anunciantes, los que ofrecen luego sus productos al público.   |
| Transmisión de la cultura (socialización)   | La educación resulta ser una función inevitable, aunque no constituya el objetivo deliberado de los medios transmitir la cultura de una sociedad. Los individuos asimilan la información y aprenden de ella, lo cual aumenta sus conocimientos, modifica sus valores y sus experiencias. Si bien los efectos como agentes de socialización son limitados cuando compiten con otros agentes más inmediatos y personalizados (como la familia), su contribución como agentes de difusión de información política habría elevado el nivel de conocimiento político de los individuos. |
| Fuente: En D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg (2000) a partir de Laswell (1948) y McQuail y Windahl (1997). |  |

Málaga (2013:55) clasifica los medios masivos en: medios gráficos o impresos y los medios electrónicos o audiovisuales. Dentro del primer grupo se encuentran los periódicos y revistas, y en los segundos la televisión, la radio, internet y el cine.

- Los medios gráficos o impresos

Son medios visuales y masivos, generalmente lo constituyen publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Pueden ser de diversa periodicidad e interés. Entre ellos se encuentran: los periódicos, las revistas, los folletos, etc.

#### - Periódicos

En cuanto a los medios impresos los de mayor importancia o difusión sin duda los periódicos, por su temporalidad y cobertura. Kotler y Armstrong (2003:78) señalan que los periódicos son medios visuales masivos, ideales para anunciantes locales. Los autores indican como ventajas: flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta. Entre sus principales limitaciones se encuentran: vida corta;

baja calidad de reproducción; pocos lectores del mismo ejemplar físico y no es selectivo con relación a los grupos socioeconómicos.

Como su nombre lo indica, el diario hoy es noticia y mañana esa primicia ya está desactualizada. Los lectores esperan informarse cada día de la actualidad en los temas de su mayor interés. Por lo tanto, el diario es el medio masivo ideal para realizar el lanzamiento o relanzamiento de nuevos productos. Que un mensaje siempre sea noticia.

#### - *Revistas*

A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de la actualidad más o menos inmediatas, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado. Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada, y una mayor superficie destinada a la gráfica.

Málaga (2013:40) marca la diferencia del diario con la revista en que en la segunda sus informaciones tienen una permanencia mayor de lectoría, debido a que sus artículos son más extensos y reposan en la calidad del escritor. La revista se queda más tiempo en la casa o en la oficina hasta se colecciona. También podemos destacar en la especialización temática de la revista ya que son un medio visual "masivo-selectivo" porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales.

En cuanto a las ventajas publicitarias de las revistas Fisher y Espejo (2004:66) señalan que poseen una lectura confortable además permiten la realización de gran variedad de anuncios como los *desplegados*, anuncios que se desdoblan en 3 o 4 páginas; los *gate folder*, parecido al anterior pero este es desprendible; los *booklets*, que son anuncios desprendibles en forma de folleto; el *cuponeo*, que es un desprendible, además del anuncio impreso y el *muestreo*: cuando en el anuncio va una pequeña muestra del producto.

Kotler y Armstrong (2003:45) nos señalan como principales ventajas de las revistas: "selectividad geográfica y demográfica alta; credibilidad y prestigio; reproducción de calidad alta; larga vida y varios lectores del mismo ejemplar

físico...sus limitaciones son: larga anticipación para comprar un anuncio; costo elevado; no hay garantía de posición”.

Los medios gráficos son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis realizados por personajes influyentes. El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla.

- Los medios electrónicos o audiovisuales

Son aquellos que nos proporciona la información a través de impulsos eléctricos: tales como cable, satélite, fibra óptica, etc. También transmiten audio, sonido o ambos a una cierta distancia. Entre los medios electrónicos o audiovisuales destacamos a la televisión, la radio, el cine, el internet.

- *Televisión*

Es un medio que permite la transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas, y son captadas en los hogares por medio de un aparato receptor de televisión (televisor). Los programas de televisión, grabados previamente o recogidos en directo, son transmitidos por un centro emisor mediante ondas hertzianas distribuidas por repetidores que cubren grandes territorios y son captadas por antenas acopladas a los aparatos televisores.

Málaga (2013:69) se refiere a la televisión de la siguiente manera:

Una revolución cultural significó la introducción mundial de este medio que reúne las formas gráficas y las auditivas. Pero su especificidad radica en que en un poderoso vehículo de entretenimiento, en casa y sin pago de taquilla. El cable aumenta su atractivo ya que se conecta con el mundo. La publicidad y hasta las noticias deben considerar el carácter de este medio y estructurar sus mensajes de tono y maneras amigables y coloquiales.

La televisión es un invento que ha cambiado las formas de vida y que ha influenciado a la organización social. Existen diversas opiniones entre los analistas quienes la consideran un poderoso difusor del conocimiento, transmite información a sectores antes alejados de la cultura; aunque también es el origen de males sociales como la violencia juvenil, el consumismo, la homogeneización de gustos. Pero veamos sus ventajas y desventajas.

Kotler y Armstrong (2003:56), en su libro *Fundamentos de Marketing*, nos menciona las principales ventajas de la televisión son: “buena cobertura de mercados masivos; costo bajo por exposición; combina imagen, sonido y movimiento; atractivo para los sentidos”. Lamb, Hair y McDaniel (2002:78) señalan como principales limitaciones: “costos absolutos elevados; saturación alta; exposición efímera, menor selectividad de público”. Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Es considerado como el más impactante y persuasivo de los medios de comunicación social.

La televisión es un reflejo de la sociedad en la que vivimos pero también tiene la capacidad de transformarla. Muchos indican que la televisión tiende a reforzar las tendencias negativas y no a una transformación positiva, pero depende de la audiencia, quienes deben asumir la responsabilidad en seleccionar correctamente lo que desea ver, y también llamando a la consciencia de los propietarios quienes deben tener mayor responsabilidad en los contenidos y cumplir su rol social de ser un ente formador en información, valores y actitudes.

#### - Radio

La radio, es un medio exclusivamente sonoro y, por tanto, en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído. La radio, en comparación con la prensa o la televisión, es barata y técnicamente sencilla. No hace falta disponer de grandes infraestructuras para emitir, ni trasladar cámaras, ni equipos de iluminación, ni poner en marcha impresionantes rotativas.

Málaga (2013:66):

Este magnífico invento es, posiblemente, el de mayor alcance en la difusión masiva, que cualquier otro medio. Su característica específica, al contar sólo con audio y sin imágenes, es que potencia grandemente la imaginación y acompaña hasta en el auto sin perjudicar el manejo, cosa que no pueden hacer los otros medios.

La narración de las noticias y la música es su potencial mayor, capacidad que informados, a los consumidores por su vía impresa, de los acontecimientos en el mismo momento en que ocurren. La radio informa en tiempo real, cualquier ocurrencia de interés común.

La radio es un medio que reúne tres propiedades: difusión, comunicación y arte. Difusión porque se encarga de transmitir, donde se



aplican los códigos del medio para permitir que se entienda. De comunicación porque se trata de llamar la atención, hacer reaccionar al oyente e incidir en un cambio. Es transmitir teniendo en cuenta que los códigos del emisor estén en correspondencia con el receptor o público al que dirigimos el mensaje. Es diseñar, con creatividad, productos radiales que constituyan interés del oyente y aunque salgan todos los días con temas similares en cada emisión se encuentre en la recurrencia aspectos nuevos, concluyentes o expectativas para crear la necesidad de volver a conectar el programa. Es artístico porque es una expresión de la actividad humana mediante la cual se manifiesta una visión personal sobre lo real o imaginado, lo que no quiere decir que cuando hacemos una novela original para la radio se esté haciendo una visión personal sobre algo real o imaginario pero y el resto de los programas, que son los más.

Kotler y Armstrong (2003:78) señalan como sus principales ventajas: “buena aceptación local; selectividad geográfica elevada y demográfica; costo bajo, es bastante económico en comparación con otros medios y es un medio adaptable, puede cambiarse el mensaje con rapidez...entre sus principales limitaciones: solo audio; exposición efímera; baja atención; audiencias fragmentadas”.

En la actualidad la radio está recobrando su popularidad ya que se está adaptando a los nuevos medios como la web vía *streaming*, la radio informa y hace compañía por lo que su alcance es prácticamente ilimitado.

#### - Internet

Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo (para atraer a la mayor cantidad de visitantes interesados en lo que ofrecen), primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores (Google, Yahoo, Altavista, MSN) para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet; y segundo, colocando en otros sitios web (relacionados directa o indirectamente con sus productos o

servicios), uno o más de los siguientes elementos publicitarios: *banners*, botones, *pop-ups* y *pop-unders*, mensajes de texto y otros, con la finalidad de atraer a la mayor cantidad de personas interesadas.

Kotler y Armstrong (2003:98) nos enumeran las ventajas de este medio: “selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; capacidades interactivas...Entre sus principales limitaciones se encuentran: Público pequeño; impacto relativamente bajo; el público controla la exposición”.

#### - *Cine*

Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas "cautivas" pero con baja selectividad. Fisher y Espejo (2004:54) nos mencionan algunas de sus ventajas: “audiencia cautiva y mayor nitidez de los anuncios de color...Entre sus desventajas se encuentran: Poco selectivo en cuanto a sexo, edad y nivel socioeconómico, y es bastante caro.

Málaga (2013:66) se refiere al cine de la siguiente manera:

La sala de cine es el punto de encuentro entre este medio y el espectador. Tiene la peculiaridad de brindar un momentáneo disfrute y está abonado de la decisión de participar, por parte del consumidor. La preferencia está dada por la concurrencia, el tiempo dedicado y aún por el costo que hay que abordar en la entrada. En cierta forma, por menos de dos horas, el cine tiene consumidores cautivos. Oportunidad ideal para aplicar las herramientas de comunicación adecuadas y tratar de conquistar a los cinéfilos, cómodamente instalados y dispuestos.

El cine ha sido un medio de entretenimiento fantástico y popular que a pesar de su antigüedad sigue vigente. Ha sido considerado como medio de expresión artística, otras veces como recurso de comunicación, también ha servido de difusor de ideologías de poder e instrumento de la industria.

#### a) Medios auxiliares o complementarios

Fisher y Espejo (2004:72) nos dicen que “los medios auxiliares o complementarios son los que afectan a un menor número de personas en un momento dado”. Este grupo de medios incluye los siguientes: medios exteriores, medios interiores y medios directos.

Medios en exteriores o publicidad exterior

Es un medio, por lo general, visual que se encuentra en exteriores o al aire libre, los de tipo *outdoor* (los que están en la vía pública).

Según Lamb, Hair y McDaniel es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses, e incluso en los enormes depósitos o tanques de agua. Los autores señalan entre sus atributos: la alta flexibilidad, exposición repetida, bajo costo, baja competencia de mensajes y la buena selectividad por localización. Entre sus desventajas: no son selectivos en cuanto a edad, sexo y nivel socioeconómico; carecen de efectos profundos en los lectores; se le critica por constituir un peligro para el tránsito y porque arruina el paisaje natural.

Esta categoría se complementa con dos divisiones: los medios que el consumidor se los encuentra se llaman estáticos (porque están fijos en determinados lugares seleccionados) y los móviles (aquellos que se desplazan a diferentes locaciones, sin detenerse). Van al encuentro del consumidor.

Los medios de comunicación han sido dispuestos a través del tiempo, como un importante vehículo para transmitir y/o comunicar diversos mensajes informativos, publicitarios, culturales, entre otros. En la actualidad, se ha hecho evidente que la gran mayoría de personas (adultas y niños) están en constante contacto con los medios de comunicación: radio, prensa, televisión, video, internet, etc., ya que así se lo exigen las situaciones laborales, educativas e informativas del mundo de hoy, sin desconocer que en muchos casos también se accede a estos por simple ocio, curiosidad, diversión, etc., ya que estos presentan variedad de ofertas para todo sus usuarios y/o público.

Los medios de comunicación de masas tienen una enorme gravitación en la vida social de todas las personas, a tal punto que en nuestros días nadie puede vivir sin información. El mundo moderno depende de una continua comunicación que posibilita la interacción entre las personas, aun cuando estas se hallen muy separadas entre sí. En la sociedad moderna este poder informativo se ha trastocado de modo que los medios de comunicación se han

convertido en agentes de poder político, conformando al mismo tiempo, monopolios informativos. La sociedad moderna no se entiende sin los medios de comunicación. Su influencia se despliega en diversas dimensiones, afectando la construcción de la democracia, la opinión pública y la sociedad civil.

### **2.2.3 La radio**

#### **Radio y comunicación**

Uno de los medios de comunicación más difundidos es la radio, entendida como medio masivo, y creo que el más masivo de todos los medios. Nunca ningún medio ha llegado a tantos radioescuchas, a tantos receptores, quienes se contagian de su magia, quienes disfrutan de sus ondas y la compañía que nos da, como valor agregado para la información.

Ramírez y Martínez Costa (2010:50) se refieren a la radio de la siguiente manera:

La radio, desde sus orígenes como medio de comunicación, ha tenido gran repercusión en las audiencias y gran influencia en la opinión pública debido a sus características: inmediatez, fácil acceso, compatibilidad de escucha con otras actividades, alta frecuencia de los mensajes, entre otras. A pesar de la presencia de otros medios tradicionales y no tradicionales, la radio sigue siendo un medio actual gracias a su capacidad de reinventarse, de adaptarse a las necesidades de sus oyentes, y de introducir las nuevas tecnologías.

La radio ha sabido reinventarse, muchos pensaron que con la aparición de la televisión o del Internet iba a morir, pero aún nos acompaña y actualmente con nuevos bríos, un nuevo resurgir de este medio, sintonizando con la juventud que se ha volcado al espacio digital donde la radio se ha reformulado.

Para López (1997:161) la radio no solo debe ser emitir información sino que debe ser capaz de retroalimentarse. Se entiende que comunicarse con el otro (oyentes) tiene sentido si se parte de él, si se reconoce su realidad, para establecer diálogo con sus saberes y así hacer de la relación comunicativa una práctica permanente de participación, negociación, consenso, decisión y democracia. La comunicación es un derecho que no se agota en el derecho a recibir información ni el sólo hecho de transmitirla sino que involucra aspectos

de la vida como la participación, la organización, la decisión, el crecimiento y el respeto personal. La radio no es solo un medio de transmisión de la información sino va más allá, se hace partícipe de la vida de cada escucha. Existe una relación intrínseca y emotiva que propicia complicidad con el oyente.

Se dice también que los receptores son seductibles pues la emotividad que despierta la radio lo hace proclive a la persuasión, llegando muchas veces a la manipulación o seducción, sobre todo en personas sensibles.

Contreras (2000:118) indica que: “los procesos comunicacionales parten del sujeto-difusor, legitimador del medio utilizado, y de mensajes validados en verdades consagradas en el orden y la producción para receptores manipulables y seductibles”. El emisor conscientemente logra manipular, pues es sabido que el oyente desarrolla una actividad en forma intrapersonal el mismo que es voluble a los mensajes externos, como refiere Kaplún (1982:49): “Los mensajes se transmiten, se encierran en sí mismos, no dejan espacio a la reflexión crítica ni permiten la participación del receptor, éste se limita a escuchar pasivamente” en contraposición a la comunicación bidireccional”.

Obviamente no se puede tener una respuesta de parte del receptor, pero, con los nuevos medios y el avance de la tecnología, puede haber una interacción a través de los medios digitales de los que se está valiendo actualmente la radio.

#### **2.2.4 Historia de la radio**

##### **Historia de la radio en el mundo**

La radio es uno de los inventos más importantes para las comunicaciones, su aparición no se produce de forma directa. Desde un punto de vista tecnológico, no se le puede atribuir su invención a una sola persona, ello porque se buscaba un medio para comunicar en forma rápida y a gran distancia; por lo que este aparato es consecuencia de aportes a lo largo de varias décadas. Desde un punto de vista social, el uso que se le dio a la radio años más tarde no fue el mismo que se perseguía en sus orígenes.

Y, se llegó a crear un maravilloso invento que despierta la imaginación y nos envuelve con su magia y que trasciende hasta nuestros días. Al respecto

Briggs y Burke (2002:25) nos refieren acerca de la radio como un invento mágico, no podían entender de qué manera funcionaba:

En este mismo sentido en 1898 un redactor de la, también publicación inglesa, *Quarterly Review*, escribía acerca de la conmoción que producía entre las personas el nuevo invento de Marconi, este autor señalaba además que el nombre ideal para el sistema sería “telegrafía etérea”, puesto que “no era en realidad sin hilos”. En efecto se usaban hilos, “en cada extremo del aparato”. Otro autor señalaba que la radio era lo más cercano a la telepatía que el hombre conocía, puesto que era misteriosa al igual que los recientemente descubiertos rayos X en 1895.

La radio marca un hito en la revolución de la tecnología. La humanidad se acercaba al momento crucial. Los científicos llevaban años teorizando y soñando con una comunicación sin ataduras, sin hilos, que fuese libre a través de las ondas por el espacio. Este aparato es el punto culmine de la historia de las comunicaciones del siglo XIX, fue concebida simplemente como sustituto de la telegrafía, así como los automóviles, punto culminante de la historia decimonónica del transporte, fueron concebidos como carruajes sin caballos: sólo los desearían las personas que tuvieran un carruaje. Pero ocurrió que la radio mostraría su máxima utilidad en los océanos o en continentes vastos y escasamente poblados, mientras que el hecho que sus mensajes señalizados, todos en Morse, pudieran ser recogidos por personas a las que no estaban dirigidos – su dimensión de transmisión radiofónica -, no se consideró una ventaja, sino un grave inconveniente. Análogamente, el automóvil fue un producto de lujo y nadie se imaginaba un automóvil en una vivienda residencial con garaje, así como nadie asociaría más tarde esa casa con un aparato de radio.

La radio surge por la necesidad de una organización social, los grupos y colectivos locales, la utilizaron al principio para lograr una mejor comunicación entre ellos pero los que contribuyeron con su invención no imaginaron el gran impacto de este medio de comunicación incluso, hasta nuestros días. Briggs y Burke (2002:33) comentan también que la radio nunca fue proyectada como tal, pues el objetivo no era transmitir ondas sonoras sino lo que se buscaba era un emisor de señales eléctricas y no como lo que se entiende por radiodifusión en nuestra sociedad actual.

Quienes en un determinado momento de la humanidad trabajaron por crear este invento, no pensaron jamás el cambio que produciría para siempre en la historia de las comunicaciones, ni el mismísimo padre de la comunicación sin hilos, Guglielmo Marconi, pensaba a la radio como un medio de comunicación, ni siquiera utilizaba la palabra “medio”, en 1899, por ejemplo, la revista británica, *The Electrician* sostenía que los “mensajes dispersos sólo transmiten energía de desecho al viajar con inútil persistencia hacia el espacio exterior”...“La radio es el punto culmine de la historia de las comunicaciones del siglo XIX, fue concebida simplemente como sustituto de la telegrafía...Pero ocurrió que la radio mostraría su máxima utilidad en los océanos o en continentes vastos y escasamente poblados, mientras que el hecho que sus mensajes señalizados, todos en Morse, pudieran ser recogidos por personas a las que no estaban dirigidos – su dimensión de transmisión radiofónica -, no se consideró una ventaja, sino un grave inconveniente.

#### *Antecedentes de la radio*

A finales del siglo XIX se vivían años de incertidumbre política en gran parte del mundo, con guerras que amenazaban la estabilidad de las grandes naciones de la época, lo que impulsó a una gran parte de científicos, universidades y laboratorios a tratar apresuradamente de encontrar un nuevo sistema de comunicaciones que no necesitase cables para transmitir la información, el principal inconveniente del telégrafo.

Ballesteros (2008:54) nos menciona que “los antecedentes de la radio se dan desde principios del siglo XIX, cuando Alessandro Volta crea la pila voltaica. En el año 1830, Samuel Morse inventó un nuevo código, que originó el uso de lo que hoy conocemos como comunicación telegráfica”. El código Morse fue un predecesor de la radio, ya que transmitía información, fue un gran paso en el arribo de la radio, tal como nos comenta Stover (1987:62):

En 1838, Morse, había perfeccionado su código de señales, que a base de puntos y rayas llegó a conocerse y usarse mundialmente como “Código Morse”; pero quiso dar un paso más, al intentar implantar líneas telegráficas, primero en Estados Unidos y luego en Europa; pero ambos intentos fracasaron. Por fin, Morse consiguió que el Congreso de su país aprobara un proyecto de ley para proporcionar 30.000 dólares designados a construir una línea telegráfica de 60 km.

El aporte de Morse fue significativo, pues se trataba de señales que transmitían información, hecho preliminar a la propagación de las ondas sonoras, que años más tarde sería precedente para la invención de la radio. Pero no fueron los únicos en la búsqueda de la radio. Anda y Ramos (2003:114) hacen mención de aquello cuando nos comenta que James C. Maxwell (1831-1879) en 1873 descubrió que la electricidad se mueve en ondas. Advirtió además que las ondas ópticas, eléctricas, así como las electromagnéticas son de la misma naturaleza y que dos circuitos eléctricos alejados entre sí interaccionan debido a un acoplamiento magnético....con ello descubre la propagación de las ondas electromagnéticas.

Otro antecedente de la radio fue sin lugar a dudas la telefonía y según el ecuatoriano Duque y Oscullo (2009:78) “en 1875, Graham Bell, crea la telefonía, esto consiguió que la voz humana pudiera propagarse a través de un cable”. Si Morse aportó la propalación de señales eléctricas, Graham Bell fue el que logró que la voz sonora pueda ser escuchada a gran distancia. Como se dijo anteriormente, fueron muchos los científicos que contribuyeron con la creación de la radio, más adelante reseñaremos estas contribuciones.

Invento tras invento, se iban sucediendo en la búsqueda de la radio. Hertz dio un gran paso al descubrir las ondas hertzianas, Ballesteros (2012:13) nos habla acerca de ello, que en 1887, el físico alemán Heinrich Hertz puso en práctica la hasta entonces teoría – que las oscilaciones eléctricas de alta frecuencia podían viajar y propagarse por el espacio-. A partir de ese momento Hertz entró a la historia de la radio con su apellido puesto en las ondas electromagnéticas ondas hertzianas. De igual manera, se pasó a denominar hertzio a la unidad básica que mide la frecuencia de las citadas ondas. Basándose en las experiencias previas de Hertz, diferentes grupos de investigación buscaron fórmulas para alcanzar esta telegrafía sin hilos y lograr así una ventaja militar sobre sus rivales, gracias entre otras cosas a la posibilidad de comunicarse con las tropas a largas distancias y especialmente con los navíos en alta mar.

Heinrich Rudolf Hertz contribuyó grandemente al descubrimiento de la radio, en 1888 fue el primero en validar experimentalmente la teoría de Maxwell, al "crear" artificialmente tales ondas electromagnéticas y como



detectarla, a continuación llevando a la práctica emisiones y recepciones de estas ondas y analizando sus características físicas demostrando que las ondas creadas artificialmente tenían todas las propiedades de las ondas electromagnéticas "teóricas" y descubriendo que las ecuaciones de las ondas electromagnéticas podían ser reformuladas en una ecuación diferencial parcial denominada ecuación de onda.

El descubrimiento y la posterior medición de las ondas electromagnéticas, por Heinrich Hertz en 1887, que creó el primer receptor de radio. Marconi permitió que las señales sonoras pudieran propagarse a algo menos de 20 kilómetros de distancia. Maxwell, Hertz, Marconi y otros, contribuyeron con la creación de la radio. Los primeros no sabían exactamente el destino de sus inventos, pero Marconi tenía claro que necesitaba un sistema de radiodifusión.

#### *Los primeros inicios de la radio*

Al igual que ocurre con otros inventos, es difícil determinar quién concibió realmente la radio. La emisión y recepción del sonido a través de ondas electromagnéticas es posible gracias a los aportes de una gran cantidad de científicos provenientes de varios países. Sin esos trabajos previos, los experimentos de Tesla, Marconi o Popov -los tres científicos a los que suele atribuírsele este logro– no hubiesen sido posibles.

Pérez, Benavente y Moya (2013:44) nos dicen que es difícil atribuir la invención de la radio a una única persona: en diferentes países se reconoce la paternidad en clave local. Sí nos vamos a centrar en algunos de estos pioneros, tales como el escocés Maxwell (qué formuló la teoría de las ondas electromagnéticas), el alemán Hertz (que desarrolló la teoría anterior y descubrió las ondas de radio), el italiano Tesla (llegó a producir y detectar ondas de radio con un método diferente al de Hertz; aparte, hizo la primera demostración en público), o el español Cervera Baviera (y al que se le atribuye, según investigaciones recientes, la resolución de la telegrafía sin hilos). Muchos científicos buscaban acercarse a un invento capaz de suplantarse a las

ondas telegráficas, por ellos sus esfuerzos, persiguiendo los nuevos avances tecnológicos en este campo, como lo vamos a describir líneas más adelante.

Nikola Tesla Frente a la bobina de su transformador de radio. También hay que resaltar la esencial aportación del ingeniero ruso Popov, que inventó la primera antena radioeléctrica (constituyendo el primer receptor de ondas electromagnéticas). La figura más conocida es la de Marconi, que fue el que construyó el primer sistema de radio. Marconi, en 1887 montó la primera estación de radio del mundo en la isla de Wight, al sur de Inglaterra. En 1898 abrió la primera factoría de equipos de transmisión sin hilos en Hall Street (Reino Unido). No será ya a principios del siglo XX cuando consiga emitir, por primera vez en la historia, señales de Marconi, que tenía conocimiento de los estudios de Hertz, obtuvo la lado a lado del Océano Atlántico.

Posteriormente, tal como nos comenta Anda y Ramos (2003:66), “en Rusia, en 1895, Alexander Stepanovich Popov, desarrolla la primera antena de radio. Por esta razón por muchos es considerado el padre de la radiodifusión, sin embargo nunca desarrolló un sistema completo, ni un radiotelégrafo”.

También al profesor e ingeniero ruso Aleksandre Stepánovich Popov Popov se le atribuye la construcción del primer receptor de ondas electromagnéticas, el 7 de mayo de 1895 había presentado un receptor capaz de detectar ondas electromagnéticas y diez meses después, el 24 de marzo de 1896, ya con un sistema completo de recepción-emisión de mensajes telegráficos, transmitió el primer mensaje telegráfico entre dos edificios de la Universidad de San Petersburgo situados a una distancia de 250 m. El texto de este primer mensaje telegráfico fue: "Heinrich Hertz". En el año 1890, Edouard Branly inventa un aparato que recibe las señales de la telegrafía sin hilos. Son muchas las personalidades que aportaron en la creación de la radio, muchos de ellos también sin saberlo y el resultado fue un maravilloso medio de comunicación.

Continuando con inicios de la radio Anda y Ramos (2003) nos refiere a Marconi: “En 1895, Marconi realiza los experimentos que le valieron el título de inventor de la radio. Su intención no era crear este medio como lo conocemos, se trataba de inventar un sistema de comunicación entre barcos en alta mar y

tierra, la llamada “telegrafía sin hilos”. En 1896, obtiene la primera patente de su invento. Su primera transmisión la logró a una distancia de 2400 metros.”

Como mencionamos antes fueron varios investigadores quienes aportaron en el descubrimiento de la radio pero se señala como su inventor al ingeniero italiano Guglielmo Marconi, ya que es él quien logra la patente en la transmisión de las ondas sonoras.

#### *Nacimiento de la radio*

Como vemos Marconi fue el que logró la aplicación de principios físicos y con ello lograr propagar ondas sonoras. En el siguiente texto ampliamos lo que sucedió en aquella ocasión: En 1897 el italiano Guglielmo Marconi realiza la primera transmisión radial al montar la primera estación de radio en la isla Wight, al sur de Inglaterra. Días y años corrieron y en 1897 Guglielmo Marconi estableció comunicación telegráfica sin hilos. 40 meses después y en equipo - como se hace la radio - la humanidad saltó a la comunicación sin cables. Nació la radio y con ella, el mundo de las palabras que recrea escenarios y conquista la imaginación. Muchos pasos se dieron para conseguir la comunicación inalámbrica y podríamos resumir afirmando que Volta, Ampere, Henry, Faraday, Maxwell, Morse, Marconi, Graham Bell y Hertz hicieron equipo –sin saberlo – para crear la comunicación sin cables.

Aunque tradicionalmente se atribuye el mérito del invento de la radio a Marconi, la verdad es que sistemas similares o algunas de sus partes estaban siendo desarrollados en diferentes lugares del mundo de forma simultánea, aunque no podemos negar que Marconi tuvo el mérito de saber integrar en un único equipo los conocimientos existentes hasta la fecha relacionados con el envío y recepción de ondas electromagnéticas descubiertos por Hertz, Tesla, Branly, Lodge o Popov.

En 1898 se abrió la primera factoría de equipos de transmisión sin hilos. La primera transmisión de radio que se conoce tiene fecha en 1899, enlazando Gran Bretaña con Francia gracias a Dover y a Wimereux. Corría el año 1900 cuando se inventa la radio en amplitud de modulación. La grabación magnética de la voz en un hilo de acero se introduce por V. Poulsen y se le da el nombre de telegráfono. Con la llegada del nuevo siglo también se presta a

innovaciones como lo menciona Anda y Ramos (2003) “en 1901 logró aumentar la distancia hasta 320 km. En 1897 funda la *Wireless Telegraph Signal Co. Ltd*, que más tarde se convertiría en la *Marconi's Wireless Telegraph Co.*”

Tan cerca estamos de la primera transmisión ya, en este caso citamos a Marconi, a quienes muchos consideran el verdadero padre de la radio. El 12 de diciembre de 1901, Marconi transmitió, por primera vez, señales de código morse por ondas electromagnéticas. Aunque hay un dato del investigador Ángel Faus Belau que descubrió que la primera patente sobre la aplicación de la voz en la telegrafía de hilos la registró el comandante español Julio Cervera Baviera en 1899. Entonces basándose en este descubrimiento se sostiene que Cervera es el verdadero inventor de la radio tal como la entendemos hoy.

Por todas partes se sucedían inventos, que aportarían a la radiodifusión como la lámpara de triodo, el micrófono, el transistor, etc. En 1906 Forest inventó la lámpara de triodo; más tarde se sustituyó el teléfono por un micrófono dando lugar a la radiofonía. A partir de ese año las emisiones de radio fueron más numerosas extendiéndose por todo Europa. La colaboración en la rápida expansión de la radio se produjo gracias a inventos como el transistor. Bardeen y Brattain fueron los que hicieron posible la reducción del tamaño de los receptores de radio de esa época haciendo más fácil su transporte.

Continuando con Anda y Ramos (2003), “la aparición de la radiotelefonía se debió a dos inventos: el primero de ellos al micrófono, desarrollado por Reis y Gray y al teléfono inventado por G. Bell. El principal problema consistía en incorporar en una alta frecuencia la voz humana, para enviarla en forma inalámbrica.

#### *La primera transmisión*

El momento tan esperado había llegado, la de la primera emisión que se realizó en una fecha muy especial: la Nochebuena del año 1906. La primera transmisión que se realizó inalámbricamente usando radiotelefonía corrió a cargo de Reginald Fessenden, se realizó en la nochebuena de 1906, desde

*Brant Rock Station*, Massachusetts, en la que se pudo escuchar la canción *Oh Holy Night* y unos pasajes recitados de la Biblia.

A partir de ahí los sistemas de radiodifusión se fueron extendiendo progresivamente por el mundo, aunque no fue hasta la década de 1920 cuando comenzaron las primeras transmisiones regulares con programas de entretenimiento. En 1908 Lee De Forest transmite música de un fonógrafo desde la *Torre Eiffel* de París hasta unos 800 km. Ese mismo año, en California tiene lugar la primera emisión radiofónica de carácter privado de la mano de Charles Herrold.

Posteriormente, en 1916 David Sarnoff, técnico de la American Marconi, idea y presenta un plan para el surgimiento casi de la noche a la mañana de la radiodifusión tal y como la conocemos, mediante la creación y distribución de una “caja de música radiotelefónica” para el esparcimiento hogareño. Entre 1914 a 1918. El uso de la radio como elemento comunicativo empieza a utilizarse entre los ejércitos durante la Primera Guerra Mundial.

La radio ya estaba inventada y existían emisoras en diferentes partes del mundo. Sólo hacía falta que el nuevo sistema de comunicaciones llegara a una gran parte de la población, para ello eran necesarios crear receptores capaces de sintonizar las emisoras que no fueran muy costosos. Gracias a la radio, la escalada armamentística dio un giro fundamental, ya que el mundo se hizo más pequeño, cualquier nación podía difundir mensajes, consignas e instrucciones atravesando fronteras y accidentes geográficos de forma prácticamente instantánea, aunque con un menor grado de seguridad. Sin embargo, la radio pronto pasó del mundo militar al civil permitiendo el acercamiento de la información y la música a las masas, que ya nunca más estarían aisladas del resto del mundo.

#### *Las primeras estaciones de radio*

Para sorpresa, la primera emisora en el mundo fue una Argentina. Según a investigación realizada por la Universidad CNCI de México en el año 2010, así lo registra: “El 27 de agosto de 1920 desde la azotea del Teatro Coliseo de Buenos Aires, la sociedad *Radio Argentina*, transmitió la ópera de Wagner, *Parsifal*, comenzando así con la programación de la primera emisora de

radiodifusión en el mundo. Su creador y primer locutor fue el Dr. Enrique Telémaco Susini.”



Los “muchachos” del Coliseo  
Fuente: Internet

Indagando acerca del tema, la emisión de la ópera *Parsifal* del 27 de agosto de 1920 fue una de las tantas transmisiones radiales que por ese entonces se realizaban en forma experimental tanto en la Argentina como en otras partes del mundo. Sin embargo, se la puede calificar de “la primera” en el sentido de que se trató de transmisión de una obra artística completa e inauguró la regularidad y sistematización en el servicio; ambas, condiciones que aún no se habían producido.



Fuente: Internet

En una investigación realizada por la Universidad CNCI de México (2010:15) destaca que la primera emisora de carácter regular e informativo que tuvo Estados Unidos fue en Detroit, Michigan, perteneciente al diario *The Detroit News* que comenzó a operar el 20 de agosto de 1920. Surge en 1920 en Pittsburgh la *KDKA*, considerada como la primera estación en el mundo que transmite regularmente con permiso. El 15 de septiembre de 1921. Surge la *WBZ* de Springfield, Massachusetts. En 1922, en Inglaterra, la estación de Chelmsford, perteneciente a la *Marconi Wireless*, emitía dos programas de radio. Ese mismo año, la radio llega a Chile, con la primera transmisión radial que la Universidad de Chile realizó desde el Diario *El Mercurio* de Santiago.

A la par con la radio, también el periodismo evolucionó y era necesario dotarla de programación con contenido informativo tal como nos comenta Cebrian (1995:35): “el primer diario hablado se emitió en 1923, un periodista, David Dary del *Herald Tribune*, comenzó a transmitir sumarios de noticias con una duración de quince minutos a través de la estación *WJZ* de Nueva York.” Continuando con el desarrollo de la radio, en la década de los 20 se crea una de las empresas más representativas en la historia: la famosa BBC de Londres; asimismo, continúan apareciendo emisoras también al otro lado del océano. En el año 1923 en Inglaterra se crea la *British Broadcasting Company* (BBC), un monopolio del gobierno para controlar la naciente radio. La aparición y el desarrollo de la radio en Estados Unidos es tan vertiginoso que para 1922 existían ya 451 radiodifusoras en ese país. La AT & T lanza, el 16 de agosto de 1922, la *WEAF* de Nueva York, considerada la primera estación pagada con publicidad. Ya en el año 1926 la RCA y David Sarnoff deciden crear la primera cadena de radiodifusoras, la *National Broadcasting Company* (NBC)...la disquera *Columbia* crea la *Broadcasting System* (CBS) con 16 emisoras, en el año 1927.

En 1927 se crea la *Federal Radio Comission* (FRC) para crear un sistema más riguroso de la distribución de frecuencias. En esta etapa era necesario que los equipos de transmisión evolucionaran, por ello las innovaciones se sucedían una tras otra en pos de la mejora en la transmisión.

*Philips, Bell, Radiola y Telefunken* consiguieron, a través de la comercialización de receptores de válvulas que se conectaban a la red eléctrica, la audición colectiva de la radio en 1928. No obstante, fueron los laboratorios Bell los responsables del transistor y, con ello, del aumento de la comunicación radiofónica.

A principios de los años treinta radios-operadores aficionados inventaron la transmisión de banda lateral única (BLU). En los años cincuenta la tecnología radiofónica experimentó un gran número de mejoras que se tradujeron a la generalización del uso de los transistores. En 1935, se funda la *Columbia Nexus Service*, una agencia de noticias encargada de distribuir la información entre las emisoras. Posteriormente, hacia 1937, aparecieron los primeros sistemas basados en modulación de frecuencia (FM) que complementaron a los de modulación en amplitud (AM) y que permitieron minimizar los problemas de interferencias y reducir la estática en los receptores debida al propio equipamiento y a las condiciones ambientales. Esto es fácil de explicar. La modulación en amplitud fue la primera que se usó para hacer radio. Por ello, las emisoras pioneras comenzaron en AM. Al aparecer la modulación en frecuencia (FM) por los años 30, las radios fueron reticentes a cambiarse a este sistema del que todavía desconfiaban. Fueron las radios musicales las que se adueñaron de la nueva banda de radiodifusión por la mejor calidad de las transmisiones. Desde un inicio la FM ofreció muchas ventajas frente a las señales de AM. En cuanto a calidad, un menor ruido y la instalación menos costosa. Pero las AM presentan una mayor cobertura, que en lugares inhóspitos como en la sierra o la selva, son de suma utilidad.

A continuación Briggs y Burke (2002:93) narran uno de los momentos considerado como un hito en la comunicación y el desarrollo de la cultura, se trata de la adaptación del libro *La Guerra de los Mundos*, en una transmisión radial que paralizó Nueva York.

El 30 de octubre de 1938 la cadena CBS emitió el programa "La Guerra de los Mundos". Este fue un hito en la historia de la radio y las comunicaciones en general por múltiples razones, tanto expresivas como sociológicas; se trató de la adaptación para radio teatro que hizo Orson Welles de la novela homónima de H.G. Wells en la que la tierra es invadida por marcianos. Este acontecimiento fue seguido por 6 millones de personas que escuchaban el



Mercury Theatre on the Air, cuando la músicaailable fue interrumpida por el fidedigno relato de una invasión.

De esta famosa transmisión la abordaremos con mayor detenimiento en los siguientes capítulos, porque es importante para el desarrollo de la presente investigación.

### *La radio se expande*

Esta expansión se hace factible por la aparición de la vía satélite, de los sintonizadores y de la Frecuencia Modulada, entre otros. En la década de los 40 aparece la televisión y muchos creen que significaría el fin del invento de Marconi, pero como vemos, hasta ahora han convivido pacíficamente. Continuando con el estudio realizado por la Universidad CNCI de México (2010:18), en 1948, la radio se hace visible a muchos niveles y se desarrolla abiertamente la televisión, pues en 1952, se transmite televisión comercial en color sistema NTSC, en EE.UU. El primer programa en ser transmitido en color fue *Meet the Press* (Encuentro con la Prensa) de la cadena NBC, un ciclo periodístico que sigue emitiéndose hasta nuestros días. En los años cincuenta la tecnología radiofónica experimento un gran número de mejoras que se tradujeron en la generalización del uso del transistor. En 1957, la firma *Regency* introduce al mercado el primer receptor transistorizado, lo suficientemente pequeño como para ser llevado en el bolsillo. La FM contribuyó a la mejora de la calidad en la transmisión de programas, incorporando las sintonizadoras de radio a las cadenas HI FI. En 1.963, se establece la primera comunicación radial vía satélite.

Entre los años 1960 y 1980 la radio entra en una época de declive debido a la competencia de la televisión y el hecho que las emisoras dejaron de emitir en onda corta. También en esa época se generaliza la figura del *disjockey* y el tocadiscos; es la época de la expansión discográfica. Al final de los años 70's la red telefónica de larga distancia en EE.UU. comienza su conversión a red digital, empleando radio digital para muchos de sus enlaces. En los años 70's comienza a utilizarse el *LOREAN*, primer sistema de radionavegación. Pronto, la Marina de EE.UU. experimentó con la navegación satélite, culminando con la invención y lanzamiento de la constelación de satélites GPS en 1987. Entre las décadas de los años 80's la radio entra en

una época de declive debido a la competencia de la televisión y el hecho que las emisoras dejaron en gran medida de emitir en onda corta.

#### *Nuevas Tecnologías en la radio*

En la década de los 90 las nuevas tecnologías digitales comienzan a aplicarse al mundo de la radio, aumenta la calidad del sonido y se prueban la radio satelital, esto permite el resurgimiento del interés por la radio. A finales del siglo XX, se comienzan a utilizar ordenadores personales para procesar señales de radio mediante distintas interfaces.

A finales del siglo XX, experimentadores radioaficionados comienzan a utilizar ordenadores personales para procesar señales de radio mediante distintas interfaces, las llamadas *Radio Packet*. Recientemente han aparecido las radios de baja potencia, constituidas bajo la idea de radio comunitaria, que permiten una mayor cercanía de la radio con la comunidad. En el estudio realizado por Universidad CNCI de México (2010:20) se da cuenta del aporte del Internet en la radiodifusión:

Hoy en día la radio a través de Internet avanza con mucha velocidad. Por eso, muchas de las grandes emisoras de radio empiezan a experimentar con emisiones por Internet, lo primera y más sencillo es una emisión en línea, la cual llega a un público global, de hecho su rápido desarrollo ha supuesto una rivalidad con la televisión, lo que irá aparejado con el desarrollo de la banda ancha en Internet.

El quehacer social es una de las funciones de la radio que durante esta época estuvo limitada debido al afán empresarial que se privilegió.

A decir de Briggs y Burke (2002:36), por muchos años se menosprecio el alcance social que la radio podía tener, los sucesos que precedieron a la I Guerra Mundial y el desarrollo mismo del conflicto limitaron la aplicación de la incipiente técnica radiofónica al campo militar. Esto quedó de manifiesto en numerosas ocasiones, como cuando en 1920 la *Marconi Company* disfrutaba de una “licencia general” para producir “telefonía experimental”. Sin embargo, cuando comenzó a emitir piezas musicales, chocó con la dura oposición de la Junta de Telegrafía sin Hilos de Gran Bretaña, organismo que contaba con una fuerte representación militar. Esas transmisiones, sostenía la mencionada junta, no solo interferían los mensajes de defensa, sino que convertían a la radio, “sierva de la humanidad”, en “juguete para divertir a los niños”.

La proyección que se tenía era que la radio se convirtiese en un medio informativo y de entretenimiento, pero con el paso del tiempo adoptó funciones a partir del gran alcance social que se fue develando, de su gran influencia y capacidad de persuasión, que ha demostrado tener.

### **Historia de la radio en el Perú**

La radio es sin duda el medio de comunicación más cercano a los oyentes en nuestro país, en costa, sierra y selva. Un habitante de la ciudad está interesado en la información y entretenimiento que le ofrece este medio; un poblador de la sierra recurre a su receptor a pilas en su chacra, a la espera de noticias del agro o para o escuchar música vernacular; el hombre de la selva puede disfrutar de las ondas radiales que llegan hasta el caserío más recóndito de nuestro Perú.

Al respecto, Ramírez, Martínez-Costa (2014:98) nos comenta sobre la radio en el Perú: “Con 90 años de presencia en Perú, la radio se ha consolidado como el medio más cercano a sus oyentes, sobre todo en las zonas rurales, donde continúa siendo el único medio de comunicación. La historia de este medio está marcada por su evolución tecnológica, empresarial y social.”

Como dijimos anteriormente, la radio es el único medio de gran alcance, llega a lugares alejados, donde ningún otro medio, por ello su valor. En países como los nuestros donde se excluyen a grandes sectores, la radio tiene la capacidad de contribuir a articular a estos sectores entre sí y vincularlos con propuestas y proyectos de alcance nacional por ejemplo, trasladando las demandas de las provincias a las capitales o centros de poder. A continuación relataré el inicio de la radio en el Perú:

#### *Inicio de la radio en el Perú*

Corría el año 1916, en el mundo la radiodifusión se había desarrollado y el Perú no estaba exento de esa influencia. Juan Gargurevich nos narra que la radiotelefonía llegó al Perú en el año 1916 como un instrumento naval, por esta razón, el gobierno decide normar su funcionamiento, estableciendo *el Reglamento General de Correos, Telégrafos y Teléfonos*.

Paralelamente los radioaficionados incursionaban con la radio tal como ocurría en otras partes del mundo. Algunos años antes de que se inaugurara la primera estación radiodifusora en el país, ya existían personas que construían sus propios equipos y se comunicaban entre ellas o con otros apasionados de la radio en América Latina. Eran los radioaficionados o “dexistas”, como se les empezó a llamar por entonces, como cita Portocarrero (2011:72): “En la década de 1920, los radioaficionados lograron por fin constituir el *Radio Club Peruano* en diciembre de 1930. Fue elegido presidente honorario Óscar Miró Quesada. Entre los integrantes de la directiva estuvo Jorge Vargas Escalante, uno de los más entusiastas difusores y primer historiador de la radio en el Perú.” Alegría (1998:16) también lo menciona: “en 1924, Jorge Vargas Escalante, ingeniero electrónico peruano, instala el primer transmisor y logra el pionero de la radiodifusión peruana”.

Los radioaficionados tuvieron su primera transmisión de un partido de fútbol en el Perú, durante el campeonato sudamericano de 1927, celebrado en Lima. Durante las décadas de 1930 y 1940, el Radio Club Peruano organizó jornadas tendientes a estrechar los lazos de amistad entre los países americanos. Actualmente presta apoyo permanente al Sistema Nacional de Defensa Civil.

Gracias al ímpetu, a la necesidad de búsqueda e insistencia de estos radioaficionados es que se pudo traer la radio aquí al Perú, hasta ahora los aficionados continúan con su labor. Actualmente, existen 287 radioaficionados vigentes y a través de este sistema de radio alternativa, son la opción al caer la red telefónica e internet, tras ocurrir catástrofes como sismos y tsunamis. Apoyan en las comunicaciones a Defensa Civil. Pero la labor de ellos viene de muchos años atrás. El Radio Club Perú suele destacar una participación activa en las comunicaciones en los terremotos de Huaraz en 1970, Casma 1974 y Arequipa 2001. “Se da un apoyo total al Sistema Nacional de Defensa Civil”, señala.



Fuente: Internet

El primer antecedente de la implantación de la radiodifusión se da cuando el gobierno otorga la administración de la comunicación en el país a la empresa británica *Marconi's Wireless Telegraph Company*, *El Comercio* (2014), da cuenta de ese hecho: “En 1921 El Gobierno Peruano suscribe un contrato con la empresa *Marconi's Wireless Telegraph Company* para administrar por 25 años los servicios de correo, telégrafos y radiotelefonía.”

Entre los antecedentes de la industria radial figuran los del sistema de correo y la telefonía. En nuestro país la primera empresa en invertir fue la *Peruvian Broadcasting Company*, aunque sin mucho éxito. Bustamante (2010:26), cita lo siguiente:

En 1924 se creó la *Peruvian Broadcasting Company*, con el objeto de “explotar el negocio de la radiodifusión telefónica en toda la República del Perú”, según su acta de constitución. La flamante empresa logró que el gobierno le permitiera –por resolución suprema– la adquisición de los derechos y concesiones de la *Marconi Wireless* respecto de la “radio-telefonía”.....Los fundadores de la *Peruvian Broadcasting Co.* fueron los señores César Coloma, Santiago Acuña, Fernando Carvajal, Luis Tirado (peruanos), Paul Widmer (belga), Ronald M. J. Gordon (inglés) y W. F. Ford (estadounidense).

Ingresaba entonces una empresa dedicada a “explotar”, en otras palabras a comercializar, y con ello se marcó el inicio de esta nueva servicio. Lo que se pretendía era desarrollar, en forma legal y estructurada, el negocio del sistema de comunicación a nivel nacional que incluía a la radio, la telefonía, la telegrafía y el servicio de correo.

Ramírez y Martínez Costa (2010:56) también comentan respecto a la *Peruvian Broadcasting Company*, “su negocio estaba centrado tanto en las transmisiones radiales como en la venta de aparatos receptores de señal de

radio". Como vemos, tanto el estado, como los empresarios privados posibilitaron el arribo de este nuevo medio al Perú, logrando que se emitan los primeros programas de radio.

### *La radio llegó al Perú*

Este evento era muy esperado, se tenían noticias sobre la creación de este invento en Estados Unidos, y el interés que había despertado. Portocarrero (2014:3), en su página web hace referencia a este hecho cuando menciona que la llegada de la radio al Perú fue un acontecimiento que despertó el interés de la prensa y el público en general. Los días previos al lanzamiento de OAX, los ensayos llevados a cabo entre el 15 y el 19 de junio de 1925, fueron seguidos con gran expectación y entusiasmo por unos pocos privilegiados. Fue precisamente el viernes 19 cuando se hizo el anuncio de la inauguración oficial de OAX. Aquel 20 de junio de 1925, los socios de la *Peruvian Broadcasting*, políticos y personalidades invitadas para la ceremonia esperaban al presidente Leguía mientras en el Plaza de Armas y la Plaza San Martín centenares aguardaban el momento de oír por primera vez una señal de radio. Al caer la noche se inició la programación con la sonata *Claro de Luna* de Chopin. A esta siguió la lectura de algunos poemas.

Fue un evento que generó gran expectativa, todo querían saber sobre el invento que estaba revolucionando en Estados Unidos y Europa y que se constituiría en un gran adelanto para las comunicaciones en nuestro país.

Portoarrero (2014:3), nos sigue narrando sobre la historia de la radio en nuestro país: Un grupo de empresarios forman una sociedad peruana – británica, conocidos como *broadcasters* introduciendo los primeros equipos y transmisores, organizando la primera estación del país, la OAX. Es así que el 20 de junio de 1925, siendo Presidente de la República Augusto B. Leguía, se da inicio a la radiodifusión. Asimismo, es la fecha de inauguración de la *Peruvian Broadcasting Company*.

El término *broadcaster* está ligado a los empresarios de medios de comunicación y provienen del anglicismo *broadcasting* cuya traducción al castellano es radiodifusión. Los primeros años de inicio de la radiodifusión en el país fueron infructuosos, pese al gran interés que despertaba, era aún un

terreno desconocido y producía un gran temor en invertir pero se siguieron haciendo esfuerzos por desarrollar esta empresa.

La *Peruvian Broadcasting Company* trató de vender publicidad, pero como el medio comercial era entonces muy incipiente, no lo logró y quebró a los dos años de fundada. Entonces la *Marconi Company*, que también era propietaria de los equipos telegráficos del servicio de Correos, entró en tratos con el gobierno para dotar al país de una transmisión de potencia que los vinculara con los demás pueblos. Con el fracaso de la *Peruvian Broadcasting Company* el Estado asume la gestión del servicio radiofónico, para ello se funda la actualmente llamada Radio Nacional del Perú.

Ramírez y Martínez Costa (2010:6) señalan que “no obstante, debido a problemas económicos, esta empresa cerró y la OAX pasó a manos del Estado y paso a denominarse Radiodifusora Nacional”. El gobierno ordenó construir un local exclusivamente para la emisora estatal, dotándola de los adelantos tecnológicos necesarios. Su inauguración fue acorde de los grandes eventos en el país: había nacido la radio de todos los peruanos.

Portocarrero (2014:3) continúa narrando que doce años después, Radio Nacional toma la posta de OAX. El lanzamiento de esta fue por todo lo alto e incluyó la construcción de un moderno local con cinco estudios totalmente aislados de los ruidos externos y un sofisticado sistema de micrófonos y de amplificación que garantizaba la fidelidad de la música y de las voces. Los equipos de transmisión, que era un potente transmisor de media de 50 mil vatios, uno de onda corta de 20 mil y dos transmisores regionales de 10 mil, se emplazaron en el distrito de San Miguel junto a las dos torres de acero de 100 metros de altura. La noche de la inauguración, miembros del Gobierno, artistas, intelectuales y público en general se dieron cita en la avenida Petit Thouars para presenciar el acto que marcaba el inicio de un nuevo capítulo de la radiofonía nacional.

No solamente en Lima se sentía la euforia por este nuevo invento, en otros lugares del Perú, emergentes *broadcasters* hacían su aparición como *Radio Délcara* 1920 de Chiclayo salió al aire por primera vez el 1° de noviembre de 1936 con su fundador don Carlos Montjoy D'Izalla, empresario

lambayecano, en consecuencia, radio *Delcar* sería cronológicamente la segunda emisora del Perú. Con el auge de este invento, aparecieron nuevas emisoras, las famosas OAX cuya denominación obedecía al término adjudicado a cada país tras la realización de la Asamblea Radiotelegráfica, donde se dispuso que cada Estado contara con una determinada letra del alfabeto para diferenciarlo de los demás. Al Perú le concedieron la letra “O”; en tanto las otras dos, “AX”, que correspondían a las letras del alfabeto, fueron de libre elección de las autoridades correspondientes, a fin de dar una identidad propia a la estación radial.

#### *Nuevas estaciones privadas*

Como referimos anteriormente, al Perú le correspondían las siglas OAX, por ello los empresarios bautizaron a sus emisoras con nombres que conjugaban con estos caracteres, como lo refiere Bustamante (2010:13).

Un indicativo de ello fue la aparición de nuevas emisoras radiales de carácter privado: OAX4B *Radio Grellaud* (del ingeniero Roberto Grellaud, más tarde *Radio Lima*), fundada en 1938, La estación estaba ubicada en la Av. Abancay en su taller de automóviles casi frente a lo que fue el Ministerio de Educación; OAX4C *Radio Dusa* (Difusora Universal S.A. de Carlos y Jorge Franco), OAX4E *Radio Weston* (que después se llamaría *Radio Goicochea* y más tarde *Radio Central*, propiedad del ingeniero Juan Pablo Goicochea).

En 1935 surgieron OAX4I *Radio Internacional* (de Antonio Vásquez Pequeño), OAX4L *Radio Miraflores* (de los hermanos Clemente y Ricardo Palma), *Radio Sucre*, OAX4F *Radio Castellano*, OAX4H *Radio Dávila* y OAX4T *Radio Gilco*. Los propietarios de las tres últimas eran concesionarios de fabricantes de aparatos receptores en el Perú, y llenaban su programación con música grabada en discos que vendían en sus respectivos establecimientos. Ante la aparición de las nuevas emisoras la antigua OAX empezó a denominarse OAX4A *Estación Radiodifusora Nacional*.

La radio ha migrado a internet y se adapta progresivamente a las nuevas tecnologías, en ello radica su permanencia como medio y puede adquirir mayor notoriedad sabiendo usar las ventajas del entorno virtual.

#### *Años 30*

En esta década, se producen cambios políticos en el país, al régimen dictatorial de Leguía le sucede a una democracia blanda como la Benavides.



Fuente: Internet



El Comercio (2014:1) “en 1931, la OAX es administrada por la Compañía Nacional de Radiodifusión. La Marconi protesta y entabla juicio al Estado exigiendo el cumplimiento del contrato con Leguía. En el año 1935, la Marconi recupera la administración de las comunicaciones. La empresa entrega a cambio una moderna estación radial”. Esta estación era Radio Nacional del Perú, reinaugurada por Benavides como emisora oficial del Estado, de cobertura nacional. Bustamante (2010:14) nos comenta cómo fue su inauguración: En 1935 se relanzó la emisora del Estado con el nombre de Radio Nacional del Perú. En enero de 1937 se inauguraron los nuevos equipos y locales con asistencia del presidente Benavides y el representante de la *Marconi*, Miguel Mc Nulty, quien fue nombrado gerente de la emisora. Las oficinas y estudios de Radio Nacional del Perú se ubican desde entonces en la avenida Petit Thouars. El Estado asumió la administración directa de la estación...El mismo año de 1937 el gobierno de Benavides promulgó un Reglamento de Radiodifusión y consagró así un modelo en el que, reservándose una potente emisora, admitía el otorgamiento de licencias a empresas privadas de radiodifusión comercial.

En la década de los 30 hicieron su aparición otras emisoras tanto en Lima como en otras ciudades: a partir de 1935 empezaron a funcionar otras radioemisoras en Lima y Callao. Entre las principales, en orden cronológico, tenemos a: Radio Miraflores (1935), Radio Internacional (1935 - en 1961: Radio La Crónica), Radio Grellaud (1938 - en 1951: Radio Lima), Radio Alegría (1946 - en 1969: Circuito Radio Programas del Perú), Radio América (1941), Radio Panamericana (1952), Radio Reloj (1954), Radio San Cristóbal (1953 - en 1961: Onda Popular), Radio Los Andes (1966 - en 1968: Radio Mar), Radio Ondas del Callao (1961 - en 1963: Radio del Pacífico), Radio Cien FM (1960), Radio Progreso (1964 - en 1966: Radio San Isidro), Radio 1160 (1940)...No había un control en la efectividad de la comunicación. La programación y la calidad artística de la radio peruana eran variadas, se podían escuchar ya las primeras transmisiones de partidos de fútbol, temporadas de ópera del Teatro Forero (hoy Municipal), de los mensajes presidenciales, "los sermones de las tres horas", etc.

Habiendo tantas emisoras y siendo relativamente nueva este tipo de servicios, no había guías claras en el funcionamiento de las mismas. Por ello pronto se estableció que la radiodifusión podría servir como industria, para ello se tomaron las directrices correspondientes: desde allí la radio peruana se convirtió en industria. En esta etapa se forma la Asociación Nacional de Radioemisoras del Perú (ANRAP) y eligen una directiva integrada por Antonio Umbert (Radio América), José Aramburú (Radio Lima), Tomás Padilla (Radio Mundial), Hernán Miranda (Radio Barranco) y Ricardo Palma (Radio Miraflores).

#### *Años 40*

En los años 40 continua la expansión de la radio, aparecen programas de diversa índole, dirigidos a públicos selectos, tanto de entretenimiento como informativos. Ramírez, Martínez-Costa (2014:22) hacen un recuento de lo sucedido a inicios de esta década:

En 1940, la radio sigue su evolución y se incrementa el número de emisoras no sólo en Lima sino en las principales regiones. Lo más importante en esta década fue la diversidad temática que ofrecían las emisoras. Aparecieron los primeros programas deportivos, con contenidos de fútbol, baloncesto y boxeo, pero también con espacios para la hípica y los espectáculos taurinos. La primera emisora en introducir contenidos deportivos fue Radio Nacional; mientras que Radio Dusa fue pionera en la contratación de locutores internacionales para las narraciones de fútbol.

Las noticias acerca de la radio llegaron a muchos lugares de nuestro país, quienes también querían disfrutar del invento de Marconi. A medida que la radio se expandía, se diversifican los contenidos entre ellos el deportivo. En un inicio, este género, solo se escuchaba a través de *Radio Nacional*, pero la competencia privada, para no quedar relegada, la incluyó en sus contenidos además de contratar locutores internacionales como táctica para captar el interés de los oyentes.

El concepto empresarial de la radio se ha desarrollado, por ello aparecen consorcios dedicados a la radiodifusión como refiere Bustamante (2010:19) a la primera cadena privada, que a comienzos de los cuarenta algunas emisoras desaparecen (Radio Castellano, Radio Dávila, Radio Sucre), pero otras son inauguradas. Radio Mundial, de Tomás Ronald, sale al aire el 23 de enero de 1942. Su director es Juan Sedó, quien ya había destacado como

locutor deportivo de Radio Nacional. La estación trae de Argentina a Alberto Pillado Matheu como gerente de producción y a su esposa, la actriz y escritora Queca Herrero (María Angélica Herrero), quien años después tendría notable participación en varias emisoras peruanas. En 1942 se crea la primera cadena privada: la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A., de propiedad de José Bolívar, Jorge Cárcovich y Antonio Umbert. La cadena comprende a Radio Lima, Radio América, Radio Callao, Radio Miraflores y Radio Goicochea en Lima, Radio Delcar de Chiclayo, Radio Universal de Ica, Radio Continental de Arequipa, Radio Huancayo, Radio Huánuco y Radio Cusco. La Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. se llama a sí misma, con orgullo, “la organización de radio más poderosa de la costa del Pacífico Sur”. Las principales emisoras de la cadena son Radio Lima y Radio América. Radio Miraflores y Radio Callao se separan al poco tiempo de la red. Radio Goicochea hace lo mismo, y su propietario, Juan Pablo Goicochea, cede las riendas de la emisora a Genaro Delgado Brandt y Alberto Pillado Matheu; ambos asumen la dirección en noviembre de 1942. En 1944, Bolívar y Cárcovich se retiran de la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. Radio América pasa a ser propiedad de Antonio Umbert y Nicanor González Vásquez; y Radio Lima es comprada por los hermanos Avelino, Luis y Raúl Aramburú (Alegría, 1993:102). Ese mismo año sale al aire Radio Victoria, de José Eduardo Caveró, que más tarde se convertirá en la cabeza de la mayor cadena radial privada del país. En esta época la radio se caracterizó por difundir los géneros artísticos como la música, obras de teatro.

Ramírez, Martínez-Costa (2014:2), continúan detallando la evolución de la radio en la década de los cuarenta y se refiere a la inauguración de *Radio América* en 1943, marcas importantes como *Coca Cola*, *Sydney Ross* e Internacional *Petroleum Company* comenzaron a auspiciar las producciones de radio teatro, que desde un inicio gozaron de gran audiencia. La década de los 40 es una época de crecimiento para la radio peruana, que empieza a convertirse en un espacio de difusión artística, fundamentalmente en Lima. Los principales autores y compositores musicales hicieron su aparición en las radios más importantes del país, en ese entonces, Radio Dusa, Radio

Goicochea y Radio Nacional. La música criolla, en particular, se convierte en la protagonista de la radio pero también se difunden conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional. Estos programas además cobran importancia debido a la posibilidad que tenían los oyentes de conocer y escuchar en vivo a sus artistas musicales, en los auditorios de las propias emisoras.

El crecimiento de las emisoras comerciales en el país, que viven su partícula edad de oro. La radio continúa ofreciendo una combinación de contenidos de entretenimiento, información y música, muy valorada por los públicos. El costo de los aparatos disminuye y la venta de espacios publicitarios se incrementa. Continúa el éxito de las radionovelas, surgen nuevos programas y las emisoras amplían sus horarios.

La radio se extiende en muchos formatos, ampliando su radio de acción, tratando de consolidarse como medio de comunicación, de este modo en los años 40 era muy frecuente el escuchar en diversas emisoras programas dedicados única y exclusivamente a la música bien fuera popular o de otros estilos, al igual que se dedicaban largas horas de los espacios radiofónicos a difundir la información y actualidad que aconteciese a cada momento. Incluso en el campo de la información pura y dura se fue evolucionando ya que en un principio los locutores se remitían a leer la información que aparecía en los periódicos del día, mientras que con el paso de los años se empezaron a destinar unidades especiales a los acontecimientos de mayor importancia llegando más tarde no solo a informar sobre política, sucesos y economía sino también sobre sociedad, cine y música, con lo que se fue ampliando el abanico de la información.

Progresivamente la radio ganaba mayor aceptación, por ello se preocupó en su contenido. En el área del periodismo ya no se limitaron a reproducir información, la radio buscó especializarse en política, economía, deportes, etc. El arraigo del invento de Marconi no solamente fue en lo comercial también a nivel académico. En 1944 Radio Victoria del Perú inaugura su programa noticioso *Radio Periódico el Mundo*. En el año 1946 y la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica saca al aire *Semanario Hablado* con practicantes de sus aulas.

## Años 50

En los años cincuenta, la radiodifusión peruana incrementa su actividad, con informativos con una variada e interesante producción, por connotadas personalidades como Mario Vargas Llosa, quien se desempeñó como productora; también el gran Pepe Ludmir y Martínez Morosini.

Ramírez, Martínez-Costa (2014:14) en su investigación denominada La radio peruana y las campañas sociales: características e impacto, hacen referencia lo siguiente:

El 4 de julio de 1953 se crea Radio Panamericana, primera emisora musical que incluyó espacios informativos, producidos por el entonces joven escritor Mario Vargas Llosa. Este hecho logró el acercamiento de la radio al género informativo y, en consecuencia, los principales grupos de prensa comienzan a interesarse por la radio y abren sus propias estaciones.

“1950 se inicia una época significativa para la Radio pues salen al aire. - *Panamericano* de Radio Panamericana bajo la Dirección de Mario Vargas Llosa”.

“durante la década del 50 es fuerte la competencia entre las estaciones que emiten radionovelas. Son los años que Mario Vargas Llosa recrea en *La Tía Julia y el escribidor*. Los principales fabricantes de ilusiones son Radio La Crónica, Radio Central, Radio Victoria y Radio El Sol”.

También destacan en esta época, los grandes conductores o presentadores. Entre ellos, Pablo de Madalengoitia conductor del programa *Pablo y sus amigos*, Pepe Ludmir con su programa *Charlas de cine*, Humberto Martínez Morosini con el informativo *El panamericano*, Jorge Peláez Rojas con su programa *Cajita de música*, y otros.

A fines de los 50 se suscita un acontecimiento muy importante en el desarrollo de las telecomunicaciones en el Perú, se trata de la aparición de la televisión, hecho que remecería el contexto en todos los ámbitos. Muchos predestinaron el fin de la radio pero, por el contrario, esta se diversifica, no solo ser informativa y de entretenimiento sino también pasa a cumplir una función social como radio comunitaria sobre todo en provincias.

En el año 1958 ingresa la televisión al Perú y la radio inicia una nueva etapa. Nacen las primeras emisoras regionales, como Radio Onda Azul en AM, emisora de la Diócesis de Puno, en la sierra sur más pobre del país. Esta emisora fue una de la primera de un grupo importante de 30 radios de propiedad de la Iglesia Católica, que tienen objetivos educativos y sociales. Posteriormente aparecen Radio La Voz de la Selva en Iquitos y Radio Unión en Lima. Estas emisoras continúan al aire y se han convertido en importantes ejemplos de radios comunitarias, que sobreviven a pesar de no contar ya con

las ayudas de la cooperación internacional. *El Noticiero* de Radio América. - Radio Reloj transmitía noticias avisos la hora a cada minuto”.

Continúa el apogeo de las radionovelas, pero los programas se masifican. En 1955, Radio La Crónica emite de la mañana a la noche nueve radionovelas con distintos elencos, dirigidos por Gloria Travesí, Roberto Airaldi, Luis Macchi, etc. El mismo año, Radio Central pone en el aire catorce radioteatros. Las radionovelas no son, sin embargo, los únicos radioteatros durante la década de 1950. Los programas cómicos adquieren también popularidad. Tal es el caso de Escuelita Nocturna (Radio Central) y Callejón (Radio 1160).

A fines de la década de los 50, ocurren cambios en la reglamentación de la radiodifusión, una de las más importantes fue que las emisoras deben estar alejadas de la zona urbana. El 12 de enero de 1957, durante el Gobierno de Manuel Prado, se dictó el nuevo Reglamento General de Telecomunicaciones, con elementos útiles, como el de indicar que las estaciones debían estar instaladas fuera del perímetro urbano, la definición de la radiodifusión, según fuese estatal, comercial o cultural y la introducción de términos acordes con los avances de la técnica. La década del 60 arriba con estos cambios y reformas y se perfecciona el radioperiodismo.

### *Años 60*

En esta década sucede un acontecimiento muy importante para el periodismo en el país: el nacimiento de Radioprogramas del Perú, emisora líder en la radiodifusión en el país.

Las investigadoras Ramírez, Martínez-Costa (2014:14) continúan su relato sobre la evolución de la radiodifusión en nuestro país:

En 1963 Manuel Delgado Parker decide innovar con una propuesta de emisora de cobertura nacional. Nace Radio Programas del Perú como una productora que proporcionaba información para las radios de provincias, logrando emisiones simultáneas en 12 ciudades. Con el tiempo estas emisoras se unieron y dieron lugar a la primera cadena radial del Perú.

La aparición de Radio Programas del Perú fue un hecho trascendental en la radiodifusión nacional. Esta emisora es actualmente una de las más representativas y desde su fundación marcó la pauta, sobre todo en el aspecto periodístico. Debido a la competencia, Radiodifusora Nacional saca al aire varios programas, para competir con sus pares privadas. En 1960 se

incrementa y se perfecciona el periodismo radial en el Perú. En el año 1963 Radio Nacional ya Transmitía su programas *A dos voces*. Por otra parte, en esta década se comenzó a dar importancia a los estudios de sintonía desarrollándose el concepto de mercadotecnia radial con mediciones de la publicidad invertida en los programas: “A partir de los años 60s, la radio genera una dependencia a la publicidad y empiezan a aparecer los estudios de sintonía. Lo que implicaba e indicaba que, si mayor audiencia radial poseía un estudio de sintonía, habría mayor cantidad de publicidad”. (ANDA, 2014).

Esta década es considerada la *edad de oro* de la radiodifusión en Perú, Radio Programas en área informativa, Radio La Crónica en las radionovelas y radio Panamericana en la música; estas emisoras gozaban de gran sintonía. Exactamente en el año 1963 nace Radio Programas del Perú. También en ese año se funda Radio Agricultura, que se dedicaba a difundir información sobre actividades agropecuarias. En esta década casas de estudio como la Universidad San Antonio de Abad de Cusco y San Agustín de Arequipa se dedican a emitir programas dedicados a la alfabetización popular. Otro hecho importante fue la promulgación de la Ley de Radio y Televisión. Se inicia la nacionalización de las empresas de radio por parte del gobierno militar.

En 1968 se promulga la Ley N° 16851, Ley de Radio y Televisión. Este año también se crea la Asociación Nacional de Radioemisoras del Perú. En diciembre de 1962, se crea la Junta Permanente Nacional de Telecomunicaciones, estando gobernado el país por una Junta Militar de Gobierno. En el año de 1963, el gobierno de Fernando Belaunde Terry crea una nueva Junta Permanente Nacional de Telecomunicaciones, con seis miembros y con Consejos de Asesoramiento que permitieron la representación del sector privado en la radiodifusión y en los servicios públicos de telecomunicaciones. Hay, en esta época y los siguientes años, gran cantidad y proliferación de emisoras, distinguiéndose las cadenas mayores y las menores (esencialmente provincianas éstas) de las radios independientes, que sobreviven penosamente a la falta de avisos comerciales. Tal es la proliferación que en 1968 existían ya 122 radioemisoras en todo el país.

### *Nacionalización de las emisoras*

El 3 de octubre de 1968, bajo el gobierno de D. Juan Velasco Alvarado, el sector está mayoritariamente controlado por la empresa privada, ofreciendo resistencia a los cambios estructurales que entonces se promueven. Se dicta entonces, la Ley General de Telecomunicaciones, que pretende poner "...al alcance del Perú el servicio y la importación de los medios modernos de comunicación masivo, destinados a cumplir un rol social y no de privilegio particular". Se establece que ENRAD asuma las actividades de Radio Nacional del Perú y sus filiales, Canal 7, Televisora Nacional, y la Gerencia de Radiodifusión de ENTEL PERU, así como la producción de programas educativos de radiodifusión sonora y por televisión del Instituto Nacional de Teleducación.

### *Años 80*

A inicios de los años 80, con el fin de las dictaduras militares, muchas emisoras son devueltas a sus dueños y resurge la inversión privada con ello, la radio recupera su sentido comercial.

Citando a Ramírez, Martínez-Costa (2014:15) quienes continúan relatando lo ocurrido en esta década:

La autonomía de la radio comercial se recupera al final de la década de los 70, con el ingreso del presidente, Francisco Morales Bermúdez. Esto permite que, en los años ochenta, la radio alcance un nuevo crecimiento y se instalen nuevas cadenas nacionales, a pesar de los atentados que protagonizaron algunas emisoras de provincias en unos años en que el terrorismo se recrudeció.

Con el restablecimiento de las emisoras a los privados, estas aparecen transformadas. Ha pasado casi una década y en el mundo la radio evolucionó tanto en contenidos como en el gusto de los oyentes. En los siguientes años, la radio en nuestro país se convirtió en un medio representativo, debido al ambiente de incertidumbre y terror impuesto por el accionar de Sendero Luminoso y el MRTA. Fue este medio, que en momentos de tinieblas, se convertía en compañía llevando tranquilidad a los oyentes.

Radio Programas del Perú, con sus informativos, recomendaciones y mensajes tranquilizadores, fue un gran ejemplo de lo que se vivió en aquella nefasta época. Pero no era el único medio radial que daba cobertura durante



los apagones, también Radio Mar, una emisora musical, que en más de una ocasión fue la primera en volver a la señal y con las ocurrencias del destacado locutor Luis Delgado Aparicio Porta, alternaba mensajes de ánimo y música salsa, en medio de la penumbra.

Por los años 80's se registran etapas en donde la radio tiene una tendencia informativa descentralizada con la que adquiere sociabilidad y en consecuencia mayor participación de los oyentes. Uno de los claros ejemplos fue la programación de Radio Programas del Perú, que deja de lado las radionovelas y espacios artísticos priorizando los contenidos informativos contra la inseguridad y la violencia en forma descentralizada.

Con la llegada de la televisión, los radioteatros van desapareciendo paulatinamente. El último de gran acogida popular es La Doctora Corazón, de Radioprogramas del Perú, que sale del aire en 1982, cuando la emisora apuesta decididamente por el género informativo". En los años "80" destaca la Rotativa del Aire de Radio Programas del Perú. De otro lado, el medio se ve envuelto en un contexto de violencia subversiva, ocasionando la destrucción violenta de estaciones, muerte de periodistas y muchas dificultades para las radios independientes; contexto que marcó la consolidación del género informativo en el medio radial. Posteriormente aparecen una gran cantidad de nuevas emisoras a nivel nacional, distinguiéndose las cadenas mayores y las menores (esencialmente en provincianas) de las radios independientes, que sobreviven penosamente a la falta de avisos comerciales, tal es la proliferación que en 1986 existieron aproximadamente 122 radioemisoras en todo el país. Se empiezan a alquilar espacios públicos radiales, para poder financiar los gastos que demandaba la radio. Posteriormente a ello se propaga en las estaciones la Frecuencia Modulada (FM).

#### *Años 90*

La Frecuencia Modulada es adoptada por las radios comerciales, la tarifa publicitaria se impone y se convierte en un dial más competitivo. Se crea el Comité de Radio.

En los años noventa, las emisoras comerciales se apoderaron del dial de la FM en Lima; mientras que las emisoras del tercer sector o comunitarias con objetivos sociales vinculadas a la Iglesia Católica lograron establecerse como las emisoras regionales importantes.

Aparecen también los consorcios nacionales e internacionales, se inicia la digitalización de la radio, se impone la venta publicitaria con tarifas por segundo, comienza la implantación de Internet y se impone la segmentación de emisoras por públicos e intereses musicales. Ramírez, Martínez-Costa (2014)

La radio se desarrolló tanto que debió segmentarse, es cuando se marca la diferencia entre las radios comerciales y las comunitarias; las primeras apuntan al entretenimiento con programas musicales y magazines, con fines de propaganda y venta; mientras que las segunda estuvieron dirigidas a realizar un rol social y de análisis. Como dijimos antes, la radio debe adaptarse a las nuevas realidades, como la presencia del entorno digital y la aparición de las nuevas tecnologías, para no quedar relegadas. El Comité de Radio, que hasta a la fecha sigue en funciones, fomentando la inversión publicitaria en este medio también incentiva el acercamiento de los oyentes y motiva su participación. En 1999 se crea el Comité de Radio, una asociación sin fines de lucro integrada actualmente por catorce radioemisoras, con los objetivos de resaltar la capacidad publicitaria de la radio y fomentar el interés de los anunciantes en el medio. Las estaciones que integran el Comité son: Radioprogramas del Perú S.A., Radio A, Radio Ritmo Romántica, Studio 92, Radio Moda, Ke Buena FM, Radio Z, Radiomar Plus, Radio Inolvidable, Radio Inca Sat, Radio Stéreo 100 FM, Radio Planeta, Radio Corazón FM y Radio R 700.

#### *2000 en adelante*

Con el arribo del nuevo milenio suceden cambios en la conformación radial como la aparición de las corporaciones privadas, que agrupan varias emisoras. Se crea el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, cuya misión es regular los contenidos y las prácticas políticas de y hacia los medios audiovisuales (radio y televisión).

A decir de Ramírez y Martínez-Costa Pérez (2014) a partir del año 2000, el Perú vive un contexto económico favorable que ayuda a consolidar a los cinco grupos empresariales dedicados a la radio: el Grupo Corporación Radial del Perú con nueve emisoras, el Grupo RPP con siete emisoras, la Corporación Universal con cinco emisoras musicales, el Grupo Panamericana con tres emisoras, y finalmente Radio Corp. con dos emisoras musicales. También hacen referencia a la ley N° 28278 que fue promulgada el 16 de Julio del 2004,

la cual estableció el nuevo marco legal para el desarrollo de la radio y televisión en el Perú. Entre otros aspectos, esta ley regula clasificación de servicios, participación extranjera, proyección de los servicios de transmisión, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, las obligaciones económicas por transmisión y las sanciones en caso de faltas.

Según CONCORTV (2008:2), “en abril Del 2007, el presidente del Perú, Alan García, cerró cuatro empresas de radio y televisión en el norte del país, por apoyar un paro”; con ello se demuestra nuevamente la intromisión del poder político en los medios, lo que constituye una flagrante falta contra la libertad de expresión y contra la ley mencionada, hechos que perjudican el papel objetivo que debe cumplir todo medio de comunicación.

#### *Radio actual*

La radio se ha constituido como uno de los medios más importantes y preferidos por el público, pero hay que resaltar que se necesita mejorar los contenidos acordes a la época y a la efímera atención de los nuevos oyentes, por ello se requieren propuestas animadas e interactivas. Para Bustamante (2012), la radio fue y sigue siendo uno de los medios más significativos y utilizados en el país, ya sea por la su carácter participativo, interactivo, sus bajos costos, la variedad de géneros que ofrece o su amplia cobertura. Sin embargo, hace un llamado a las emisoras a tomar riesgos respecto a sus contenidos, ya que, en su opinión, la radio actual es un medio “repetitivo y poco innovador”.

Haciendo un análisis de los tipos de emisoras en el espectro radial, podemos dar cuenta que la radio comercial es la que predomina, seguida de las estaciones comunitario-participativas y por último, las difusoras de iglesias y oenegés, como nos presentan Ramírez, Martínez-Costa (2014:18), que en la actualidad, la radio peruana comercial está presente en todo el país y tiene una cuota de audiencia del 70%. Le sigue el grupo de emisoras comunitario-participativo con un 20%, integrado por las emisoras de la Iglesia Católica, oenegés y otras asociaciones sin fines de lucro, presentes en las regiones o provincias del país, con cobertura local y rural.

Finalmente, está la radio pública, cuya emisora emblemática es Radio Nacional, a la que se suman más de quinientas emisoras municipales de distritos y provincias del interior del país, que representan el 10% de la cuota de audiencia. Además, hay más mil emisoras “piratas” sin licencia legal, que toman la señal de otras emisoras, interfiriendo en su cobertura y llegando, en algunos casos, a comercializar espacios publicitarios.

#### *Futuro de la radio en el Perú*

Como dijimos anteriormente, la radio debe emigrar a un ritmo y contenido interactivo como demandan la nueva audiencia no hacerlo la dejará en el letargo. Uno de los recursos que se debe valer es el Internet, como lo sustenta Bustamante (2012:22) “La participación de la gente, la interactividad, el intercambio, parecen tener más posibilidades con la Internet”. A partir del siglo XXI se toma un énfasis por lo individual, la llegada de la Internet haría que la relación entre oyente y receptor sea más directa. “La participación de la gente, la interactividad, el intercambio, parecen tener más posibilidades con la Internet. El futuro de la radio es ése, aunque aún no sé qué tan cercano sea ese futuro”, señaló.

La radio en el Perú ha sufrido muchos cambios a lo largo de su historia. Como todos los medios, ha tenido que ir adaptándose a su respectivo momento ante la sociedad. La radio no desaparecerá de un día para otro, lo que sucederá es que evolucionará y se adaptará a los cambios y menos será apabullado por otro medio se pronostica su fusión o transformación de acuerdo a las necesidades de la época.

#### **La radio**

Es de un interés particular conocer la etimología de la palabra radio, proviene precisamente del latín “*radius*” cuyo significado es “rayo de luz” a partir de ahí es interesante comprender que al utilizar el “aparato electrónico” que hace alusión al termino en cuestión, el mismo es en sí, un apócope de “radioreceptor” o sea un aparato que tiene con funcionalidad recibir rayos eléctricos. La radio llega a la mayoría de los hogares y se escucha diariamente. Una abrumadora mayoría considera que la radio cumple con su misión de ser

un vehículo de información, entretenimiento y apoyo social. La gran mayoría admite que la radio goza de credibilidad y que ha mejorado los contenidos en los últimos años.

Por todo ello, puede afirmarse que la radio es un medio de comunicación masiva que funciona eficientemente, que tiene cobertura favorable, que cuenta con un alto grado de confiabilidad entre el auditorio de todos los segmentos sociodemográficos de nuestro país, y que sirve a la comunidad nacional llevando información, entretenimiento y cultura al público en general. La radio es, pues, un medio de comunicación para todos los tiempos.

Un punto especial es su increíble capacidad de despertar la imaginación, es un medio que se interniza en cada persona pues despierta muchas emociones, como lo dice Alves (1987:37), un radioapasionado y maestro en la etnografía radial... “es la pantalla más grande del mundo porque se especializa en crear imágenes auditivas visuales que rebasan a las imágenes visuales”.

Pero volvamos a la radio en este caso a los valores que de ella se desprende, en este sentido Bassets (195:41) comenta lo siguiente:

La radio es, sin lugar a dudas, el medio de comunicación más extraordinario y maravilloso de nuestro siglo. Ningún otro consigue hacerle competencia. La radio informa, entretiene, acompaña. Es multivalente y multisituacional como ningún otro medio. Ni el cine, ni la televisión, ni el video, a pesar de la extraordinaria ventaja visual que gozan respecto de la radio, consiguen su valor cotidiano, su valor emotivo, e incluso su valor político.

La radio posee muchas razones para convertirse en el medio de comunicación favorito de muchos: su escucha no interrumpe el quehacer, genera complicidad con el oyente, su sentido social, su capacidad de llegar a lugares recónditos entre otros.

López (2004:19) argumenta que: “la radio sigue siendo el medio de comunicación más reconocido y económico, es escuchada por todas las personas ya que la radio no ha perdido vigencia desde entonces se ha convertido en el medio de comunicación masivo importante de la sociedad”. Se había pronosticado que la aparición de la televisión conllevaría a la muerte de la radio. Sin embargo, esta sigue creciendo y sigue siendo irremplazable en las regiones pobres y con múltiples limitaciones. El dramaturgo alemán Bertolt Brech vaticinó hace tiempo lo que ahora es una realidad: “la radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pues, busca no sólo

hacerle oír al radioescucha, sino también hacerle hablar”. En suma, la radio se ha convertido en una fuente inagotable de creatividad, tanto para el emisor como para el receptor. El primero debe desplegar todo su ingenio para lograr colmar la expectativa del escucha, mientras que este, crea un mundo inacabable de emociones a partir de lo oído. La interacción en el receptor es interna, pues percibe a través de las ondas de este aparato y retroalimenta en forma íntima.

### **2.2.5 Importancia y características de la radio**

La radio como medio de comunicación desde sus inicios mostró su carácter masivo al romper barreras de tipo social y cultural que otros espacios comunicativos a la fecha, no habían logrado. Su naturaleza netamente auditiva le permitió superar las barreras del analfabetismo.

Para Rincón (2006:18) “La radio es el medio que crea imágenes personales y colectivas sobre la realidad, que genera imaginación en vivo y en directo, que permite pensar que uno forma parte del diálogo colectivo”. La importancia de la radio como medio de propagación esta explícitamente en la calidad íntima, algo que no se ve en otros medios comunicativos. Además de tener un bajo costo, se pueden implementar elementos creativos como: música, voces, recrear espacios o comercializar pautas publicitarias para así posicionar un producto en la mente de un consumidor. Se hace eficiente el mensaje, pues le llega al radio-escucha de manera personal, se siente cómodo al escuchar cualquier tipo de transmisión. Es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales, es accesible, se utiliza cierto lenguaje común para cualquier tipo de público. Se establece una concentración múltiple y tiene un grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible. Igualmente brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con bajo presupuesto.

La radio directa o indirectamente influye en los deseos y actos del oyente. El radioescucha espera que la radio satisfaga sus necesidades y aspiraciones individuales a cualquier hora del día, trata de identificarse, de

buscar desde su aislamiento un contacto con los demás hombres, un sentido de pertenencia.

#### *Características de la radio*

María del Pilar Martínez en su libro “Información radiofónica”, nos enumera las características del lenguaje radial: inmediatez, instantaneidad y rapidez; actualidad; credibilidad; emotividad, intimidad y expresividad; ubicuidad; cotidianidad; transportabilidad; fugacidad y unisensorialidad; flexibilidad y versatilidad.

- *Inmediatez, instantaneidad y rapidez*

Esta característica hace de la radio un medio ideal para que un suceso cuando ocurre sea transmitida a los oyentes de manera inmediata, simultáneamente, esa es la gran diferencia con otros medios de comunicación al permitir que la audiencia tenga un claro panorama a partir del trabajo de campo que hacen los radio difusores, esto también se debe a que la radio es un dispositivo de bajo presupuesto que no demanda altos costos para la producción de un hecho noticioso, solo con una buena investigación de campo por parte de los reporteros, con un criterio político en el manejo de la información, permite que la noticia dada a través de la radio sea veraz, y concisa.

- *Actualidad*

Por esa rapidez, la radio siempre está cubriendo el quehacer de una sociedad, mientras que otros medios (la televisión y prensa escrita) la escuchan o monitorean para saber que está aconteciendo en una sociedad, es así como la radio como medio electrónico se decodifica en presente, así su actualidad se refuerza, en esa particularidad que tiene el medio radiofónico es importante resaltar la diferencia que existe entre decodificar una realidad en presente y actualidad o primicia, por costumbre los periodistas y productores de radio centroamericanos han confundido estos dos conceptos, y continúan peleando por una primicia, lo que dicen algunos estudiosos en el tema, es que se debe reforzar para lograr actualidad, no primicia, es la agenda informativa conocida en las emisoras norteamericanas como pauta, de esa manera en opinión de Edgar Fonseca, es mediante la corroboración de los datos y un buen balance de las fuentes, que los contenidos sean de actualidad, simultáneos y veraces.

- *Credibilidad*

Otro factor de gran incidencia entre la producción radiofónica, debido a la inserción de los actores de las noticias, nos ha permitido decir que lo que se dice por radio se cree, así cuando ocurra un suceso de trascendencia como el terremoto y tsunami en Japón, los ciudadanos encienden la radio para cerciorarse de lo que ocurrió. subsecuente a esto lo que más credibilidad genera en radio es la posibilidad de insertar voces de los protagonistas de los hechos, dado al impacto y emotividad que tiene la voz humana, esta característica obliga a los radiofonistas a ser veraces, a no inventar, a corroborar la información, a no improvisar y a no emitir juicios personales.

- *Emotividad, intimidad y expresividad*

La forma más natural de comunicación de los seres humanos es el habla, de manera que al escuchar un mensaje oral con palabras claras y bien escogidas, con un tono de conversación, se crea una empatía y una identificación que no se da con la palabra escrita. Quiere decir esto que el lenguaje hablado persuade, genera reacciones y emociones en el oyente, al tiempo se crea una atmósfera de intimidad entre el emisor y el receptor con una buena dicción y naturalidad, en consecuencia el oyente piensa que el locutor que transmite por radio le está hablando a él o a ella, como lo sugiere Mariano Cebrián herreros: “se pasó de una radio de uso familiar y grupal a otra cada vez mas de uso individualizado más íntima”

- *Ubicuidad*

Este principio se caracteriza por la capacidad que tiene la radio de escucharse en múltiples lugares, como en el campo, en la casa en el trabajo, en la escuela, en la ciudad, en el automóvil, en palabras de Arnheim: “Esta es la gran maravilla de la radio, la gran ubicuidad que posee”.

- *Cotidianidad*

Otro atributo propio de la radio educativa es que mientras se escucha, el oyente puede realizar otras actividades simultáneamente, lo anterior no es válido para la televisión ya que, al usar los ojos para verla, el televidente no puede llevar a cabo otras tareas que requieran de la visión; en cuanto a la prensa escrita, no solo hay que ver para leer, si no saber leer. En palabras del



autor Emilio Prado quien argumenta que: “la radio permite la recepción del mensaje al tiempo con otras actividades, en especial por una que tienen carácter manual, de manera que así tendremos oyentes que están manejando, trabajando en una fábrica, en el campo en casa”. A través de esa compatibilidad del mensaje con una gran diversidad de tareas ejecutadas por el receptor, obliga al profesional de radio a emitir su mensaje de la manera más sencilla y concisa posible, pues el público, o receptor-oyente por lo general está fragmentado por diversas actividades, es esa misma fragmentación la que obligue a la radio a construir formatos y hacer una programación planeada y apta para cada público dependiendo de sus necesidades de consumo, de sus gustos y preferencias.

- *Transportabilidad*

Esta característica no surge en un comienzo cuando fue creada como medio electrónico, la radio estaba presa en sus casas, después con el desarrollo de la era industrial y la posterior invención de los transistores, en 1948, los aparatos receptores de radio se encuentran en todas partes, así la radio se convierte en un medio transportable, como lo afirma el autor Mariano Cebrián Herreros: “La llegada del transistor fue para la radio una auténtica revolución”, de esa manera fundamento su posicionamiento dentro de una sociedad que solo encontraba entretenimiento en ella, mientras que el transistor motivo a adquirir información y pensar de manera actualizada.

- *Fugacidad y unisensorialidad*

La fugacidad significa que el mensaje de radio es efímero, no permanece en el tiempo, como el impreso, solo se escucha una vez, y no está inscrito en un espacio determinado, esta característica es una de las mayores desventajas de la radio, pues define a las emisiones radiofónicas como instantáneas e irreversibles, al tiempo la uní-sensorialidad indica un solo sentido, al caso que nos interesa, el oído, según algunos analistas de la radio, el carácter uní sensorial que posee la radio es su mayor desventaja, pues no está reforzada por la visión, sin embargo para algunos defensores de ella, la recepción por medio del oído es su valor máspreciado.

Ambas características, fugacidad y uní-sensorialidad, están unidas, Según como lo afirma Mariano Cebrián Herreros: “la radio ofrece información en el tiempo, no en el espacio, un tiempo fugaz en el que el sonido informativo tiene una duración sin más permanencia que la de la sucesividad temporal y la capacidad de memoria auditiva de quien la recibe, muy inferior, a la memoria visual, un tiempo irreversible que no permite la re-escucha de la información, y dificulta la reflexión”.

En esa medida el discurso radiofónico obliga a presentar los mensajes en forma clara, para que se decodifiquen en una primera y única audición, a diferencia de la estructura televisiva que posee la facilidad de la retransmisión o repetición para la audiencia que no está presente, en ese momento sintonizando sus televisores, en esa medida la televisión posee el lenguaje del espacio, porque puede disponer de él y manejarlo mientras que la radio solo posee el lenguaje del tiempo, es por esto que la información radial se actualiza, y se sacan primicias constantemente.

- *Flexibilidad y versatilidad*

La flexibilidad y la versatilidad aluden a la variedad de formas de presentación del mensaje radiofónico, a los diversos horarios y a los múltiples lugares de escucha, en cuanto a la presentación o formato del mensaje de radio y solo para mencionar algunos, existen: la adaptación literaria de novelas, de caricaturas, de obras de teatro (Radio-Teatro), leyendas y anécdotas, el documental con su enorme variedad de tipos y objetivos; la radio y la revista de entretenimiento, educativa, informativa, musical; la cuña comercial y sus diversas clases.

Además la radio es un acompañante didáctico, que mientras informa, instruye, crea dinámicas que se convierten en pautas de comportamiento, incentivan a pensar de una forma, que es estructurada por el lenguaje radiofónico, en esa medida se convierte en el guiador de la vida diaria de los sujetos.

Podríamos añadir otra característica de la radio:

- *La unidireccionalidad*

Para Emilio Prado en su libro *Estructura de la información radiofónica*, una característica que posee la radiodifusión es que “transmite su mensaje unidireccional” ósea utiliza un esquema comunicativo clásico donde el mensaje esta guiado por el emisor, motivo por el cual no hay un proceso de comunicación entre el receptor y el emisor ya que es considerado más bien como un canal de distribución mercancía-mensaje. Bertolt Brech en su libro *Teoría de la radio* se refiere de la siguiente manera: “La radiodifusión podría ser el más gigantesco medio de comunicación inimaginable en la vida pública, un inmenso sistema de canalización; lo sería si no fuera capaz de emitir sino también de recibir”.

Pero no podemos negar que aun así, este proceso de comunicación posee la ventaja de ser un medio por el cual la fluidez, la inmediatez, la instantaneidad, la simultaneidad y la rapidez hacen de la radio un medio de comunicación efectivo al servicio de la transmisión de hechos actuales. Como hemos apreciado podríamos resumir que las características más favorables de la radio son: su rapidez con respecto a sucesos actuales, también es considerada uno de los medios que más estimula la imaginación y creatividad del receptor, además tiene la capacidad de incluir la sistematización y el análisis, más que otras formas de comunicación masiva, podríamos mencionar incluso, su capacidad de comunicar a un público que no necesita una formación específica para decodificar el mensaje.

### **2.2.6 El lenguaje radial**

Para hacer radio es importante tener en cuenta el lenguaje, el buen o mal uso que de este se haga depende el impacto que provoque en el oyente; de ahí la importancia de hacer buen uso de la palabra, de la música, de los efectos, de los ruidos y del silencio que, aunque no parezca, también comunica. Sin la existencia de un lenguaje y de un código o conjunto de normas y reglas que den sentido a ese lenguaje, difícilmente podríamos hablar de comunicación; de la misma manera que tampoco sería posible entablarla si no se dispone de un canal que la haga viable, si no se da una situación que la propicie -por mucho

que deseemos conversar con alguien, raramente lo podremos hacer si no tenemos interlocutor-, o si no hay mensaje alguno que transmitir. En la radio, al igual que en los otros medios, convergen todas y cada una de las condiciones necesarias para hacer de la comunicación una realidad, ya que, entre otras cosas, tiene un lenguaje y un código específicos de los que se sirven sus profesionales para construir toda esa amalgama de mensajes/sonido que llegan a nuestros oídos a través de los aparatos receptores. El lenguaje sonoro es una forma de espontaneidad, imaginar que nos permite evocar y reproducir las impresiones sensoriales y perceptivas. La imagen auditiva es una realidad ya que la percibimos en forma similar a como percibimos un paisaje sonoro.

Pero veamos el concepto de lenguaje radial:

El conjunto de formas sonoras y no sonoras, representadas por el sistema expresivo de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. Balsebre (1994:37).

El lenguaje radiofónico, como se mencionó anteriormente, no está compuesto solo por lenguaje verbal o voz humana, sino también por elementos de igual jerarquía que están presentes en toda transmisión o programa radial como son: la música, los efectos de sonido, el silencio, la señal.

López (1989:29), argumenta que el lenguaje radiofónico es el que se utiliza en la radio. Debido a las limitaciones del medio, se basa exclusivamente en el sonido (música, palabras, etc.), en una sola dirección, del emisor al oyente. La expresión sonora la componen los sonidos utilizados en la radio y se pueden dividir en: voz humana, música y sonido

El código radiofónico es exclusivamente auditivo. Por lo tanto, para lograr el propósito de comunicar, la radio se vale de los siguientes elementos:

Lidia Camacho (1999:44) se refiere al lenguaje radiofónico:

Entendido como el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnicos-expresivos de la reproducción sonora y por el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativa-visual de los oyentes.

Cómo lograr esto y mucho más, sino a través de la combinación de los cuatro elementos del lenguaje sonoro, de la experimentación, la prueba y la capacidad creativa.

Con estos elementos vamos a crear la atmósfera necesaria para una emisión efectiva del discurso radial y para ello, se necesita más que la voz humana. Ulloa (2008:15) nos dice: “La voz va más a lo racional, la música a lo emocional y los efectos a lo imaginativo. Pero en realidad indistintamente los elementos pueden funcionar, porque la intención muchas veces es lo más importante y comunicativo, más que la misma palabra”.

La intención de lo que queremos transmitir es preponderante, no siempre se puede propalar a través de un mensaje hablado, también a través de elementos no lingüísticos que comprenden al lenguaje radial. Camacho (1999:31) cita a José Luis Terrón quien opina que son cinco las razones de la sobrevaloración de la palabra en el lenguaje radiofónico:

1. Concebir a la palabra como el elemento más importante
2. La falta de profundización en la percepción del lenguaje radiofónico. Música, efectos sonoros y silencios son empleados como meros elementos de apoyo.
3. No aprovechar, en ocasiones por desconocimiento, las posibilidades de los aparatos de bajas frecuencias.
4. Dejarse llevar por las rutinas de producción
5. Simplificar y abaratar la producción.

La comunicación comprende dos clases: la comunicación verbal (usa la palabra) y la comunicación no verbal (comprenden los elementos que acompañan a la palabra). Muchos investigadores coinciden en que el uso de la palabra no es suficiente para dar efectividad a la comunicación oral, necesitamos de los elementos no verbales para lograrlo, para estructurarlo y darle el interés y la estética necesaria para captar la atención en el oyente. Entre esos elementos tenemos a los que a continuación se mencionan:

Continuando con Ulloa, nos dice respecto a la palabra:

#### *Elementos de lenguaje radial*

Entre los elementos del lenguaje radial podemos destacar los siguientes: la palabra, la música, el silencio, los planos, los efectos, entre otros.

La Palabra: “La palabra es mitad de quien la pronuncia, mitad de quien la escucha”, dijo alguna vez Michel Eyquem de Montaigne. Y no pudo ser más

preciso para exponer el elemento sobre el cual ha recaído, la mayor importancia entre los elementos del lenguaje radiofónico.

- La música: Chávez (1992:46) menciona que la música “ocupa gran parte de una pieza radiofónica: es un valor de satisfacción relacionado a una necesidad expresiva, nerviosa (llamémosle necesidad estética si se quiere) tan importante e imprescindible como la necesidad de abrigo que ha traído consigo su satisfactor correspondiente en el vestido”.

La función expresiva transmite un mensaje emotivo, provoca estados de ánimo, crea atmósferas. Fernández (2001:38) en su obra *Donde termina la palabra la música como terapia*, afirma que la melodía, está ligada al aspecto emocional e intuitivo y posee relación con lo que subjetivamente cada persona siente al escuchar: La melodía se asocia mucho con el canto. Asimismo, se refiere al tono: cuando es alto (frecuencias agudas) suele provocar alegría, aunque en exceso constituye un estímulo nerviosos intenso. Por el contrario los bajos (frecuencias graves) producen un efecto de tristeza y majestuosidad.

- Efectos sonoros: Según el libro *La Imagen Radiofónica* de Camacho (1999:27): “los efectos son sonidos artificiales o naturales que permiten evocar un espacio real o imaginario”. Camacho (1999:27) sustenta que los hechos concretos o más cercanos a la realidad se acercan a los llamados sonidos icónicos los que “ofrecen una imagen sonora muy cercana a la real, de tal forma que la mayoría de los receptores le dan una interpretación única. En este caso la imagen sonora aparece en nuestra mente y tiene alto nivel de precisión con respecto a la realidad”.

Durante los años treinta, el formato más solicitado de la radio norteamericana fue el cómico, donde se hace uso de sonidos hechos en estudio por los mismos locutores a través de sus voces. También usan las caídas choques y golpes producidos en estudio. Hacia los años cuarenta, se fortalecen el uso de sonidos naturales por ejemplo los directos de las batallas (época de la segunda guerra mundial).

La radionovela por su parte, enriqueció el repertorio de sonidos y contó con experimentos de amplia recordación, como el famoso radioteatro *La invasión desde Marte*, que dirigió Orson Welles (1915-1985), una adaptación

de la novela *La guerra de los mundos* del inglés D. H. Wells (1814-1891), que tuvo lugar en 1938; en el que los efectos empiezan un recorrido histórico que refiere sobre todo la manera como se lograban y el modo de almacenamiento.

En los años cuarenta, se habla de sonido artesanal o ruido directo: como hacían lluvia con algo de azúcar resbalando sobre papel de seda, o las conocidas tormentas con movimiento del papel de aluminio, los ruidos de teléfono, las puertas, los pasos. Se usaban entonces numerosos recursos físicos para la producción de efectos como el uso de cocos para imitar el sonido de los caballos, etc. En los estudios de grabación existía un set para hacer los efectos, en muchas ocasiones se hacían en vivo y en directo conjuntamente con la emisión del programa. Entre 1960 y quizás hasta la década de los 90, el personal de una emisora de radio contaba con un efectista la persona encargada de hacer y almacenar los efectos sonoros de las emisoras. Ya en los ochenta, se publican repertorios de efectos sonoros. En los noventa y lo que llevamos de este siglo, la tecnología se proyecta como un espacio virtual en el cual, todo es relativamente más fácil como técnica y como producción. Tanto la música como los efectos sonoros dan a la palabra ese realismo mágico, ese imaginario que alcanza lo emocional, que con la palabra muchas veces no se lograría, además de una estética para apreciar mentalmente aquello que nos quieren transmitir.

- El silencio: Aunque no lo creamos, el silencio es un elemento importante del lenguaje radial, con la capacidad de expresar, narrar y describir. Muchas veces actúa como elipsis o ceugma, eliminando elementos en una frase. Tipanluisa (2010:10) nos comenta que el silencio se emplea normalmente con una intención psicológica, dramática. Incluso cuando cumple una función ortográfica se busca una respuesta emotiva en el oyente. Puede ser:

- Silencio objetivo: es la ausencia de música y de ruido. Sin más connotaciones.
- Silencio subjetivo: es el silencio utilizado con una intencionalidad ambiental o dramática.

Otra clasificación posible es el silencio narrativo, que cuenta acciones en el tiempo; el silencio descriptivo, que muestra el aspecto de seres y cosas, y

expresa sentimientos; el silencio rítmico, que apoya el ritmo de la acción; el silencio como recurso expresivo, que pueda aportar ambigüedad, dramatismo, etc.; el silencio como pausa; el silencio como error; el silencio reflexivo, para ayudar a valorar el mensaje; el silencio aparece en la radio cuando se produce una ausencia total de sonido, es decir, cuando no hay voz, ni música, ni efectos sonoros, aunque su verdadero sentido sólo podrá ser captado a partir de la relación que la ausencia de sonido guarde con los elementos que la precedan o con aquellos otros que la sigan.

Su presencia es fundamental y de gran fuerza comunicativa. El silencio se puede considerar como algo intermedio entre la presencia y la ausencia. El silencio es un momento que te permite recapacitar sobre lo que se está transmitiendo.

Turrubiates (2008:8):

En un medio sonoro por excelencia como es la radio, hablar de silencio puede parecer, a priori, ciertamente incongruente. Sin embargo, el silencio forma parte del lenguaje radiofónico y, al igual que los materiales hasta ahora tratados, es capaz de expresar, narrar, describir... El silencio aparece en la radio cuando se produce una ausencia total de sonido, es decir, cuando no hay voz, ni música, ni efectos sonoros, aunque su verdadero sentido sólo podrá ser captado a partir de la relación que la ausencia de sonido guarde con los elementos que la precedan o con aquellos otros que la sigan.

No obstante, la utilización del silencio es muy limitada, ya que, al no estar familiarizado con sus códigos, el oyente ha tendido a considerarlo como una información no deseada, como un fallo técnico, como un "ruido" o como una interrupción de la comunicación.

Existen numerosas situaciones en las que podemos hacer uso del silencio, como por ejemplo para representar el estado emocional de una persona que decide dejar de intervenir en un diálogo; o para estimular la reflexión, cuando, ante un tema controvertido, el radiofonista realiza un silencio convidando a los oyentes a pensar sobre ello. Es más, el silencio, en ocasiones, puede ser construido con la ayuda de un sonido, como la recreación radiofónica de "un minuto de silencio" mediante el repique de campanas.

Desde el punto de vista de la retórica, cuando el silencio afecta a la palabra, éste, como se señala en el libro *Para entender la radio*, del profesor Arturo Merayo, puede aparecer en las siguientes situaciones: como elemento de elipsis: es decir, cuando se eliminan uno o varios elementos de la frase que no son esenciales y que pueden ser interpretados por el contexto. Como elemento de ceugma: cuando la ausencia de sonido sustituye un verbo o un adjetivo que se repite en construcciones homogéneas y sucesivas.



Los planos: Un concepto conocido de los planos es el que hace referencia a las distancias que ocupan los sonidos con respecto al oyente. Los sonidos “cercaños” al oyente estarán en primer plano y en relación con estos sonidos, se ubicarán los planos: plano íntimo; segundo plano, que se perciben más lejos; tercer plano, aún más lejos, y así sucesivamente. La existencia de más o menos planos dependerá de más o menos sonidos simultáneos. Los planos se utilizan para transmitir sensaciones auditivas.

Hablar de planos implica desdoblar el lenguaje radial, en las dimensiones que los conforman, no solamente de índole espacial sino temporal. El lenguaje radial no es un todo compacto sino son suma de partes que le dan ese carácter. Los planos determinan la situación, ya sea temporal, física o de intención de los distintos sonidos.

Hay varios tipos de planos:

- Planos espaciales de narración. Son situaciones en el espacio: lugar donde se produce la acción y los cambios que le afectan.
- Planos de presencia. Es la relación de cercanía o lejanía con respecto al plano principal. El plano principal es el plano con el que el programa se viene produciendo, independientemente de que en el momento en que se da ese sonido (en un segundo, tercer o cuarto plano) no haya nada en primer plano. Idealmente, se sitúa al oyente en ese plano principal o primer plano. Cuanto más cerca de él se produzca el sonido a que nos refiramos, tanto más cercano será el plano.
- Planos temporales de narración. Sitúan el tiempo en que la/s acción/es se produce/n: pasado, presente, futuro, intemporalidad (tiempo no definido), atemporalidad (fuera del tiempo).
- Planos de intención. Marcan introspección, incursión en el sueño o la fantasía, complicidad, etc.

Para lograr esos planos necesitamos de la presencia, en el sentido de acercamiento o alejamiento físico del plano principal; la intención en la interpretación; la intención en el texto; la calidad de esos sonidos; el ambiente o fondo. Combinando estos recursos entre ellos, la historia cobra vida. Dado que

los recursos son forzosamente limitados, no debemos desperdiciar ninguno de ellos.

### **2.2.7 El discurso radiofónico**

El discurso informa, emociona, convence y persuade, si a esto le añadimos un carácter radiofónico, estaríamos hablando del discurso radiofónico propiamente dicho. Como en todo discurso se busca influir en el receptor o receptores. A continuación un concepto más exacto de este. Mata y Scaratia (1993:12) en su texto *Lo que dicen las radios*, realizan un trabajo de sistematización para el análisis de programas radiales, a través de lo que ellas denominan las dimensiones del discurso radiofónico. Uno de los niveles señalados es el nivel enunciativo. En este espacio, se analizan las relaciones entre el anunciador y destinatario: ...el enunciado es el resultado de un proceso llamado enunciación. Y ella es la actividad productiva a través del cual se da origen al *discurso*, y al mismo tiempo, se va elaborando las imágenes del anunciador y del destinatario.

Daniel Prieto del Castillo (1988:34) hace referencia a varias modalidades de discurso tales como: el científico, estético, religioso, educativo, el cotidiano, etc. En este estudio nos abocamos a los efectos producidos por el *discurso retórico* consistente en; el arte de persuadir en público, de la palabra calculada en función de un efecto. Discurso de acción, su intención es conmover a los perceptores, mover sus ánimos para llevarlos a aceptar determinado argumento o adoptar ciertas conductas. Si bien la clave es la palabra, se apoya este discurso en gestos, en puestas en escena. Estamos ante una de las estrategias discursivas más difundidas en la sociedad. Aparece no solo en la política, en la publicidad, sino también en la vida diaria

**Tabla 2: Géneros radiales**

| Tipología de géneros de programas de Martí |   |
|--|---|
| Familias de géneros                        | Géneros                                     |
| INFORMATIVOS                               | BOLETINES DE NOTICIAS                       |
|  | Flashs                                      |
|  | Horarios                                    |
|  | De resumen                                  |
|  | SERVICIOS PRINCIPALES DE NOTICIAS           |
|  | Radio diarios o diarios hablados            |
|  | PROGRAMAS MONOGRAFICOS                      |
|  | Edición especial                            |
|  | PROGRAMAS ESPECIALIZADOS                    |
|  | Específicos                                 |
|  | Deportivos (informativos o retransmisiones) |
|  | PROGRAMAS DE LLAMADAS TELEFÓNICAS           |
|  | ORGANIZACIÓN DE LA POLEMICA                 |
|  | Debate                                      |
| MUSICALES                                  | Mesa redonda                                |
|  | Cara a cara                                 |
|  | tertulia                                    |
|  | DIARIOS MUSICALES                           |
|  | EDICIONES ESPECIALES                        |
| DRAMÁTICOS                                 | Monográficos                                |
|  | Conciertos                                  |
|  | PROGRAMAS ESPECIALIZADOS; LISTAS DE         |
|  | ÉXITOS. RETRANSMISIONES                     |
|  | SERIALES                                    |
|  | RADIOTEATRO                                 |
|  | Retransmisión                               |
|  | Realización en estudio                      |
|  | DRAMATIZACIONES Y ADAPTACIONES              |
|  | LITERARIAS                                  |
| ENTRETENIMIENTO                            | JUEGOS Y CONCURSOS. HUMOR. INFANTILES       |
| MIXTOS                                     | MAGACINES                                   |
|  | Especializados                              |
|  | Contenedores                                |
|  | DOCUDRAMAS                                  |
|  | RADIO-FÓRMULAS                              |

MARTÍ, Josep María, Modelos de programación radiofónica, Feedback ediciones, Barcelona, 1990.

### 2.2.8 Radio educativa

Uno de los objetivos de esta investigación es verificar los efectos de la radio en el ámbito educativo, para ello se debe revisar la utilidad de este medio en el aprendizaje de los estudiantes, quienes son los beneficiados (o perjudicados) de esta experiencia comunicacional. Al respecto Aguadero (1997:18) rescata las funciones de la radio, citando a Lord Reith, fundador de la *British Broadcasting Corporation (BBC)* quien afirmara que la radio tiene como objetivos preferentes la información, la formación y el entretenimiento. Quedó claro que todo aquel que pone en antena un programa radiofónico o acomete una iniciativa empresarial a de este medio de comunicación, está teniendo, consciente o inconscientemente, una intención educativa. Recordemos que tanto la educación como la enseñanza, así como la formación, pueden considerarse procesos específicos de comunicación.

Como revisamos anteriormente uno de los fines de la radio es educar, por ello este medio posee una intención educativa, no pretende suplir a la

escuela pero, dada su naturaleza, puede llevar cultura y educar a sus oyentes. A este respecto, dice Espina (1985:55) que, en sí misma, “la radio tiene, sin duda, virtualidades pedagógicas: su creciente poder actual sobre la opinión pública y el uso constante de ella por parte de la publicidad comercial así lo ponen de manifiesto”.

Mario Kaplún nos dice que las radios educativas “son todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada persona en agente activo de la transformación de su medio natural, económico social”. La radio es un medio muy poderoso y de gran influencia, utilizado generalmente en forma comercial. Nadie discute que una de sus funciones es desarrollar el mercadeo, pero debería aprovechar esa ascendencia entre el público para promover su finalidad educativa. La educación, más que un proceso cumple un rol de transformación cultural, social, de actitudes; por ello necesita de un medio poderoso e influyente donde asentarse y ello se encuentra en una radio, estaríamos hablando de una radio educativa.

Jaramillo (2003:28) nos refiere que para entender el concepto de radio educativa, “todos los programas radiofónicos tienen la posibilidad de enseñar, más no de educar, por ello se establecen diferencias entre programas “educativos” e “instructivos”. Es importante diferenciar los conceptos de enseñar y educar, mientras la enseñanza es el sistema y método de dar instrucción, es decir se limita a transmitir criterios normativos y prescritos, destrezas técnicas o teorías científicas, la educación es un proceso más complejo que tiende a capacitar al individuo para actuar conscientemente frente a situaciones nuevas, aprovechando la experiencia anterior y, teniendo en cuenta la inclusión del individuo en la sociedad, la transmisión de la cultura y el progreso social.

Como se afirma en el libro *La educación fuera de la escuela* escrito por Jaime Trilla y Fernando López Palma quienes plantean lo siguiente:

Surge un argumento que suele ser aducido para demostrar la superioridad de la televisión sobre la radio para desarrollar contenidos educacionales, y, es obviamente, la iconicidad, que, ausente en la segunda, es un elemento central en la primera. Ello hace que la radio deba centrar preferentemente sus

funciones educativas en torno a objetivos de comprensión oral, mientras que, en relación al tipo de contenidos transmisibles, la televisión ofrece, en principio un mayor espectro de posibilidades.

Se puede complementar diciendo que la voz propone una virtualidad pedagógica, es decir “el radio escucha, transforma una información acústica en una imagen óptica, la señal auditiva se convierte a través de un proceso de transformación que se desarrolla en el radioescucha en imagen, con lo cual el oyente participa activamente en este proceso, con esto se afirma que el mensaje adquiere mayor potencia emocional, es más insistente, más persistente y de mayor eficacia pedagógica.”

Por ello la importancia de la radio en contenidos orales, en el curso de comunicación que es la parte medular de la formación de los estudiantes, porque contribuirá a dotarlos de capacidades tan necesarias para enfrentarse al futuro académico y laboral. Para que se lleve a cabo la función educativa, la radio requiere que el receptor esté atento al mensaje que se transmite, el oyente lo decodifica en un ejercicio interno que se transforma en aprendizaje y luego en un saber.

Paoli (1989:20) refiere al respecto: “para una buena educación por medio de la comunicación es necesario hacer que el proceso de comunicación tenga la retroalimentación necesaria; la teoría de la ‘aguja hipodérmica’”. Es importante que se logre el *feedback* tan comentado en los medios, y necesario para que se lleve a cabo el proceso comunicativo. No se trata solamente de “inocular” información, se necesita además, que haya una respuesta de los escuchas para lograr llegar al conocimiento. Entonces es necesario buscar métodos alternativos de participación, interacción y producción como los menciona el pedagogo Paulo Freire “Es necesario desarrollar una pedagogía de la pregunta. Siempre estamos escuchando una pedagogía de la respuesta. Los profesores contestan a preguntas que los alumnos no han hecho”. En los últimos años, en el proceso enseñanza-aprendizaje, los dicentes (alumnos) se han convertido en meros receptores de información, llegando incluso en no darse la bidireccionalidad, básica para el proceso comunicativo. Por ello creemos que el uso de medios de comunicación por los docentes, los dotaría de elementos que fortalezcan su labor y logren la retroalimentación ansiada con sus alumnos. Pareciera que la radio es un medio solo de escucha pero la retroalimentación se da cuando el oyente traslada lo captado a su vida real, en

el campo educativo, los estudiantes trasladan lo escuchado a su aprendizaje, con ello se mejoraría notoriamente este proceso.

Ante ello es necesario aclarar el uso de los términos retroalimentación y realimentación y *feedback*. Según el Diccionario Panhispánico de Dudas, de la Real Academia Española, el prefijo re- invierte el significado de la base, pero también denota repetición, insistencia, incremento, contradicción y resistencia. Además comparte con retro- el sentido de ‘retroceso’. De ahí que en algunos libros consten como equivalentes conjuntamente con retroacción y el anglicismo *feedback* (de *feed* [alimentar] y *back* [atrás]).

En el ámbito de la educación, actualmente suele preferirse el uso de «realimentación» porque esta voz tiene el prefijo re-(repetición), que es el que aporta el significado a la base (alimentación). Por lo tanto, «realimentación» es volver a alimentar. Es suministrar datos u observaciones para que el grupo reflexione y mejore su desempeño. El vocablo «retroalimentación», que también funciona como sinónimo de «realimentación», trae implícito el sentido de ‘retroceso’, ‘movimiento hacia atrás’, como ya vimos en los párrafos que anteceden. Y en el proceso de la construcción de conocimientos no se recomienda que el docente o facilitador haga retrocesos, sino que vaya valorando el trabajo o participación del grupo para hacer la realimentación respectiva en el preciso instante en que esta se requiera.

Es importante profundizar sobre el concepto de realimentación. Concepto que es asociado con el *feedback*, sin embargo, es importante partir del sentido de “re”, este prefijo, según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2010) proviene del latín “re” y tiene varias acepciones, entre las que cabe destacar: repetición con el sentido de reconstrucción; asimismo, tiene el sentido de movimiento hacia atrás y, finalmente, denota intensificación. Por su parte, alimentación es la acción o efecto de alimentar y también significa conjunto de las cosas que se toman o se proporcionan como alimento. Entre tanto, alimentar tiene las siguientes acepciones: dar alimento al cuerpo de un animal o de un vegetal; fomentar el desarrollo, actividad o mantenimiento de cosas inmateriales, como facultades anímicas, sentimientos, creencias, costumbres, prácticas. Otro de los sentidos que da el diccionario corresponde a

sostener o fomentar una virtud, un vicio, una pasión, un sentimiento o un afecto del alma (Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, 2010).

Por otro lado, Sánchez (2011, 18), cita a Restrepo Gómez et al. (2009) y nos refiere que:

Lo anterior lleva a plantear que la realimentación es una práctica discursiva que va acompañada de varias estrategias que el profesor puede utilizar para orientar al estudiante en sus procesos formativos como esquemas gráficos, resúmenes, ensayos y propuestas de investigación como lo señalan

En consecuencia, la realimentación es acción valorativa que permite tener claridad con respecto al avance y adquisición del conocimiento en un momento determinado y un acto formativo puesto que se le devuelve al estudiante una información con nuevos datos y conocimiento.

En este sentido debemos señalar que a partir de la etimología los significado varía: al referirnos a “retroalimentación” cuando necesitamos regresar sobre lo expuesto y si es necesario se “realimenta”, por si los alumnos o escuchas no han entendido o necesitamos añadir mayor información. En el sentido estricto, el término *feedback* no sería el más apropiado pues tiene su equivalente en nuestro español.

Desde la UNESCO se afirma que la radio, única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente por todos los países donde las condiciones lo han permitido. Nos parece que este medio casi universal de difusión se ha puesto a contribución de los fines educativos de modo insuficiente. Parece como si a menudo se hubieran obnubilado a este respecto, por la eficacia superior atribuida a otros medios que presentan, sin embargo, el gran inconveniente, comparado con la radio, de no poder conocer, sino después de mucho tiempo, una difusión tan amplia. No se le ha dado la importancia educativa a la radio, por presentarse como el más humilde de los medios, pero en realidad es el medio que posee más llegada entre la población, como dijimos anteriormente.

Kaplún (1978:44) también se refiere a la radio como “el desafío arduo y urgente, que enfrentan los comunicadores radiofónicos de América Latina, el de realizar programas que tengan un contenido y un objetivo auténticamente educativos, y que a su vez sean capaces de captar el interés de las grandes audiencias populares y responder a sus necesidades”.... “no se trata entonces de imitar o reproducir acríticamente el modelo de los medios masivos

hegemónicos. Estamos en busca de otra comunicación: participativa, problematizadora, personalizante, interpelante. Para lo cual también necesita lograr eficacia. Pero a partir de otros principios y hasta con otras técnicas”.

### **Experiencias educativas radiales en Perú**

La radio educativa ha sido parte de la historia de este medio en el Perú; en la década de los 40 las emisoras se caracterizaron por difundir géneros artísticos como musicales y obras de teatro. Es decir, que lo educativo no ha estado alejado de los anales de los medios, aunque en los últimos años ha decrecido el interés por los contenidos de corte educativo y cultural. Al respecto, CONCERTV hace un recuento de algunas experiencias educativas radiales en nuestro país:

#### **- *Pukllaspa Yachamusunchis: Aprender jugando***

En casi 12 años de transmisión ininterrumpida, niños y niñas de las comunidades de Urubamba (Cusco) siguen siendo los principales productores de *Pukllaspa Yachamusunchis* o *Aprender jugando*, un interesante proyecto radial que, a través de su contenido, promueve el respeto a los derechos del niño, la conciencia crítica, la libertad de expresión, la valoración del medio ambiente, la autoestima y la identidad nacional.

*Pukllaspa Yachamusunchis* es un espacio radial infantil creado en 1999 por la Asociación Educativa Radial y Televisiva Teleducación *La Salle*, la cual se encarga de una serie de proyectos de cooperación para apoyar a las acciones educativas en los centros educativos del campo y la ciudad. El centro de producción de este programa se encuentra en los estudios de Radio La Salle. En él se cuenta con una cabina de transmisión, sala de locución, centro de información de castellano y quechua, una sala de grabación y producción, entre otros. En el 2001, los equipos de transmisión fueron trasladados al cerro Sacro, lo que les permitió una mejor cobertura en Urubamba, el Valle Sagrado de los Incas y la Macro Región Sur del país. *Pukllaspa Yachamusunchis* fue el primer programa emitido por la citada asociación y hasta ahora sigue siendo uno de los principales programas de los domingos, con segmentos como *Las palabras de sabiduría para hoy*, *Escucha y lo sabrás*, *Exploradores en acción*,



*Ecoguardianes, Te voy a contar*, entre otros. “Los niños y niñas tienen el potencial para poder mejorar la situación de sus comunidades, de su familia y de sí mismo; sólo si desde ahora se les apoya, y se les da la oportunidad de participar y expresar sus pensamientos, ideas y sentimientos”.

Los niños que son parte de este proyecto, además de familiarizarse con equipos digitales para la producción, logran desinhibirse y expresarse con mayor fluidez a temprana edad. Logran comprender el uso de los medios de comunicación y su influencia, utilizan recursos comunicativos para expresarse eficientemente y aportar a la protección de los valores, costumbres y lenguajes culturales de su localidad.

*- Sisichakunaq Pukllaynin: Hormigas jugando*

Niños y niñas de diversas escuelas rurales del Cusco participan activamente en el proceso de producción de algunos programas radiales. En español y en quechua, ellos narran historias, imitan voces humanas o ruidos de la naturaleza, se divierten, juegan, ríen, y generan sus propias historias. Luego, en el aula o en sus casas escuchan sus propias voces en el programa radial *Sisichakunaq Pukllaynin*.

La Asociación Pukllasunchis nació hace ya varias décadas en la localidad del Cusco, y desde sus inicios se dedicó a la puesta en marcha de iniciativas ligadas con la misión educativa a través de varias propuestas. Ejemplos de ello son el Centro de Servicios educativos, el Colegio Pukllasunchis, el proyecto de Educación intercultural bilingüe, la participación ciudadana, y la creación de la radio con niñas y niños del Cusco. Se destaca este último proyecto de Radio con niños y niñas denominado *Sisichakunaq Pukllaynin*. De esta manera la asociación *Pukllasunchis* comenzó con el arduo trabajo de la producción de programas radiales que difundían conocimientos y lógicas culturales locales: el multiculturalismo; la oportunidad de darle a niños y niñas una programación que incluyera su participación utilizando su propio idioma. Con todas estas iniciativas se concibió *Sisichakunaq Pukllaynin*, programa radial dirigido y parcialmente producido por los niños y niñas de las zonas alto andinas del Cusco.

### *El equipo*

Los niños simulan y graban sonidos de la naturaleza para luego usarlos en sus narraciones en la radio. *Sisichakunaq Pukllaynin* o traducido al castellano como *Hormigas trabajando*, es un proyecto que se concibió en el año 2003, con un equipo de trabajo conformado por antropólogos, docentes y comunicadores.

Pero no son sólo ellos quienes llevan a cabo esta labor. Son los niños quienes graban las voces, rechinan puertas, o simulan un llanto para poder registrar sonidos que usarán posteriormente en las historias que se narrarán en la radio; cumpliéndose uno de los propósitos trazados: que los miembros de las comunidades no sean solo radio-escucha, sino verdaderos productores. Los resultados que se han obtenido hasta ahora es una evidente mejora de las competencias comunicativas de niñas y niños de escuelas rurales, ya que un gran porcentaje de las historias en *Sisichakunaq Pukllaynin* están narradas en quechua.

### *Los programas*

Son más de 360 programas que ya salieron al aire a través de diferentes radios de la zona. Programas que desarrollan temáticas sobre las costumbres y situaciones propias de la comunidad y que acercan a la gente con su comunidad. Entre ellos: *Leyenda Kiwicha*, *Pachamama*, *Tengo derechos*, *Ñawrakuna*, *tullpukuna* son solo algunos de los títulos de estos programas que giran en torno a personajes y experiencias exitosas de su comunidad.

La apuesta es difundir este material intercultural por emisoras radiales de alcance regional, para contribuir a fortalecer la toma de conciencia de la comunidad regional respecto a la necesidad de implementar una educación intercultural bilingüe, tomando como referencia a la gran cantidad de personas quechua hablantes de la zona. Todo ello consolida su identidad, y recupera los conocimientos culturales indígenas favoreciendo la integración activa a la sociedad de los niños y niñas de las culturas quechuas. Estos programas se transmiten diariamente por algunas radios locales del Cusco y se integran en el proceso de enseñanza-aprendizaje en las aulas de los centros educativos, o en sus propios hogares. Y para aquellos que no poseen una radio propia, un

altoparlante ubicado en las zonas alejadas les narra las historias cada día. El proyecto beneficia a mil niños y niñas de las escuelas rurales de la zona.

Al ser el trabajo un proyecto educativo, esta experiencia se dirige prioritariamente a un público específico de dieciséis comunidades andinas del distrito de Chinchaypuqyo, de la provincia de Anta y a otras cinco comunidades ubicadas en diferentes provincias (Anta, Paruro, Paucartambo, Calca, Quispicanchis. Dichas comunidades están situadas en tres pisos altitudinales. Este proyecto beneficia a quinientas familias, y mil niños y niñas, gracias al acceso a dieciséis escuelas rurales de la zona. Todo ello contribuye a mejorar la formación y competencias comunicativas orales de niños y niñas quechua hablantes. El fortalecimiento de la autoestima y la identidad está señalado como un objetivo clave en la realización de Sisichakunaq Pukllaynin, y sus resultados se ven reflejados en la desinhibición de los pequeños al escenificar personajes con diálogos súper divertidos.

#### *- El aula en la radio*

Convencer a un niño de coger un libro y de que se ponga a leer tal vez resulte una tarea difícil. Ahora solo basta que, con mucha puntualidad, sintonice un programa en la radio para sea partícipe de una historia o lectura infantil. Unas cálidas voces anuncian el inicio del programa *El aula en la radio*. Un fondo musical divertido engancha a los más pequeños y los mantiene a la expectativa.

El aula en la Radio es un programa radial que surge como iniciativa de Chami Radio 1140 AM en el departamento de La Libertad, exactamente en la sierra norte del Perú. El proyecto tiene por objetivo la inclusión social y educativa de las niñas y niños de la Provincia de Otuzco y de promover el hábito de la lectura. Chami Radio es catalogada como Radio educativa y se inició en el año 2004 enmarcándose como iniciativa radial en el desarrollo del Plan Lector.

Para llevar a cabo este proyecto, se identificó como estrategia clave la de trabajar en conjunto con los colegios de la zona. Sin embargo, teniendo en cuenta las limitaciones económicas de los centros educativos, el proyecto otorgó a cada institución educativa participante una radio. Es así que todos los

días a las diez de la mañana, niños y niñas escuchan atentamente una historia que los captura con personajes y voces diferentes. El aula se ha vuelto divertida y todas las mañanas con una historia diferente.

- *Yo te cuento una historia*

Luego del trabajo de difusión de lecturas infantiles, se creyó importante la puesta en marcha de un concurso que promoviera la participación activa de niños y niñas. Cada dos meses, los pequeños demuestran sus aptitudes para la narración, oratoria, a través de festivales de la canción infantil, escenificación de historias de la vida real o representaciones de la historia que más les haya gustado del programa radial. Finalmente los ganadores en estos concursos se hacen acreedores a un módulo de biblioteca con libros nuevos para su aula. Un premio que, sin duda, contribuirá con su formación académica y artística de una manera divertida.

- *Paco Paperas*

*Paco Paperas* ha dedicado un espacio exclusivamente destinado al público infantil. El tratamiento de su musicalización, la creación de algunas palabras como “paquitos” o “paquitas” ha afianzado la relación entre los niños y la radio. En Piura, de lunes a viernes y de 4 a 5 de la tarde, niños y niñas son partícipes de un programa hecho especialmente para ellos. A través de Radio Cutivalú, estación radial piurana, *Paco Paperas* entra a sus hogares con temáticas exclusivamente infantiles.

Este programa radial nació hace veintidós años como la puesta en marcha de la misión que tiene Radio Cutivalú: la producción y emisión de programas radiales educativos, culturales y recreativos. Es así que, poco a poco, con una programación llena de cuentos, juegos, concursos y música, *Paco Paperas* ha ido ganando un espacio importante en la radio, y más aún, en la vida de niños y niñas.

El personaje de *Paco Paperas* o más conocido como “el amigo de la patota entera” es representado como el típico lagarto que se conoce en la localidad que recorre varios colegios de la zona para llevar personalmente su espacio radial a un espacio real. A través del contacto directo los niños y niñas pueden compartir un momento con el personaje que lleva por nombre *Paco*

*Paperas*. Basta escuchar una emisión de este programa, y las llamadas telefónicas realizadas por los “paquitos y paquitas” para darse cuenta de que existe un vínculo muy grande entre el público infantil de zonas rurales y urbano marginales de la Región Piura y quienes integran el programa *Paco Paperas*.

*- Los radialistas apasionados y apasionadas*

Lo bueno no se mezquina. Por ello la Asociación Radialistas Apasionadas y Apasionados permite descargar audios producidos por ellos o por otros desde su página web. Cultura, derechos humanos, género, son algunas de las áreas clave que forman parte del día a día en sus programaciones

Radialistas Apasionadas y Apasionados es una ONG sin fines de lucro que se inició con el objetivo de contribuir con la democratización de las comunicaciones. Basta echar un vistazo a su sitio web para identificar sus proyectos y su labor diaria. Con sede en Ecuador, esta asociación está al servicio de radialistas de todos los continentes, dándole un mayor espacio a América Latina y el Caribe. Contribuye además con el conocimiento masivo de sus programas propios y alienta a que éstos se difundan en todos los medios de comunicación. Para ello trabaja solidaria y complementariamente con las redes de comunicación ya existentes.

Su objetivo principal es incluir las problemáticas sociales en la programación contribuye a que se hagan de conocimiento público, sobre todo a través de la radio, que es un medio de comunicación con una significativa recepción por parte de los ciudadanos. Los "radialistas" proponen favorecer las relaciones equitativas de género a través de la comunicación, estimular la diversidad cultural a través de la producción radiofónica local, promover el desarrollo sostenible mediante actividades relacionadas con la radiodifusión, entre otros objetivos. La asociación se dirige a todos los radialistas, mujeres y hombres, comunicadoras y periodistas, que trabajan en emisoras privadas y públicas, educativas y comunitarias, universitarias y populares, religiosas y laicas, sindicales e indígenas, así como a centros de producción radiofónica e instituciones de comunicación social que contribuyen, cada una según su perfil, a la construcción de los valores ciudadanos.

La iniciativa de intercambiar diaria y gratuitamente las producciones de radio realizadas por ellos mismos, ha permitido que muchas personas y medios interesados en los temas difundidos, estén permitidos de re-transmitir y de analizar este material. Gracias a su difusión en la web, estos materiales que reflejan los problemas sobre género, ecología, derechos humanos, sexualidad, entre otros, pueden llegar a los rincones menos esperados del mundo.

Radialistas también cuentan con los portales Web *Radioteca* y *Radiotekita*, páginas que albergan más de mil documentos sonoros sobre las temáticas tratadas, incluyendo los niños. Basta algunos clics, un poco de paciencia, y podrá formar parte de quienes pueden tener acceso gratuito a los reportajes, spots, y diferentes realizaciones radiales hechas por *Radialistas Apasionadas y Apasionados*. Hacer bien y compartir se identifican como políticas clave para el desarrollo conjunto de una misión también conjunta.

Cómo hemos apreciado, se han desplegado muchos esfuerzos en realizar programas educativos, en algunos casos con mayor éxito que en otros. Lo rescatable es que estas experiencias se trabajan con la realidad de su zona, las que generalmente se encuentran ubicadas en lugares alejados, donde es difícil que llegue otro medio. Es la radio la que logra tener presencia, en ello radica su importancia. Depende de los educadores emplear la creatividad para luchar contra las condiciones adversas. A través de la radio se tienta un ideal social e integrador de situar la información y cultura al alcance de todos en el país y convertirla en un aliado para lo que nuestro país necesita: educación de calidad.

#### *Radio escolar*

En este punto nos detendremos a analizar la radio en el nivel de Educación Básica, es decir dirigido a escolares, que es nuestra población a estudiar.

Para Boorsman (1977:38) la radio escolar, es una especie de híbrido, pues toma elementos de la radio comunitaria y de la radio educativa, y le añade una particularidad, que es producida por niños y jóvenes en proceso de formación académica. Para empezar a dilucidar las dimensiones de *este híbrido*, es importante exponer las razones que le dan vida a un medio de comunicación en el ámbito de la escuela.

La escuela es un espacio en el cual conviven múltiples grupos de diversas edades, con procesos emocionales que fluyen a diversos ritmos, en plena construcción de sus criterios, sus formas de socialización y de interacción con el mundo que viven. Existen inevitablemente como en toda comunidad, diferencias y problemáticas con respecto al proceso de comunicación. Estas dificultades abanderan el proyecto de radios comunitarias. La búsqueda de espacios de interacción que permitan la libre expresión de aquellos no representados en los medios comerciales.

Así, la radio escolar surge por una necesidad latente de la comunidad juvenil de comunicarse dentro del espacio que representa la escuela. Dentro de ese espacio de escuela se construyen además una cantidad de potencialidades sociales de las cuales dependen en gran medida asuntos como la cultura ciudadana, la tolerancia y el uso correcto de los espacios y servicios públicos, entre otros; pero también asuntos más personales como el trato y la comunicación personal con el otro en un espacio que bien puede ser íntimo y personal.

Ahora bien, ¿qué pasa con la radio educativa? La escuela no es sólo un espacio para la convivencia, es también un espacio para la formación en conocimientos y saberes, por eso la mirada apunta a tomar elementos de la radio educativa que bien fortalezcan nociones aprendidas pero de una manera divertida. En los años 50 y 60 se entendía la radio escolar en primera línea como una ayuda a la labor didáctica en la escuela, como un medio de enriquecimiento de la materia explicada. No se pretende suplir la escuela por la radio, lo que se pretende es potenciar la función educativa de la radio y utilizarla a favor de la educación. La radio es el medio más cercano por motivos ya expuesto líneas arriba y persigue desarrollar esa función en bien de la sociedad.

### **2.2.9 Efectos de la radio**

Melgarejo y Rodríguez (2013) nos hablan de los efectos de la radio, en ellos indican que la radio estimula la imaginación, inculca valores, normas y comportamiento, pero la simple escucha no es instructiva en sí, se tendría que

plantear posteriormente a la escucha una actividad de reflexión. Asimismo que las competencias curriculares pueden ser reforzadas con el uso de la radio, en los aspectos auditivo y oral, como contenido pedagógico fomentamos la adquisición de conocimientos y el trabajo en equipo.

Rodero (2008:100), sostiene que la radio posee efectos en los escuchas, además los categoriza dichos efectos:

Escuchando la radio, se desarrollan hábitos de percepción auditiva y estimulación del lenguaje oral que conjugan características de uno y otro sistema: se toma del lenguaje verbal el código de expresión, y del audiovisual, la parte de estímulo sonoro. Las características diferenciales que podemos atribuirle al lenguaje auditivo son las siguientes: es unisensorial, potencia el procesamiento analítico, desarrolla la capacidad discursiva, fomenta la capacidad de escucha y permite la interacción con el emisor.

- **El lenguaje auditivo es unisensorial**, por lo que estimula la imaginación. La cultura oral se sustenta fundamentalmente en el sentido auditivo, por lo que podemos concluir que es unisensorial...por esta característica, el sonido posee una enorme capacidad para generar imágenes mentales en el oyente...por eso decimos que la actividad de la audición nunca es pasiva.

- **El lenguaje auditivo desarrolla la capacidad discursiva**

La habilidad fundamental para que un individuo se haga comprender ante los demás es la capacidad discursiva. Cualquier comunicación mantiene siempre la pretensión de que el oyente acceda al significado y sentido que el emisor ha impreso en el mensaje. Por lo tanto, para que la comunicación cobre sentido ha de reproducirse en condiciones similares de comprensión entre el emisor y el oyente.

- **El lenguaje auditivo fomenta la capacidad de escucha** Quizás una de las mayores ventajas del lenguaje auditivo es que desarrolla la capacidad de escuchar. Este acto representa una actividad esencial en el procesamiento de la comprensión auditiva...no todo lo que oímos implica una actividad atencional. Por eso en una sociedad acostumbrada a un continuo bombardeo informativo de estímulos sonoros, el fomento de la escucha a través del proceso cognitivo de la atención resulta fundamental para la generación de conocimiento.

- **El lenguaje auditivo permite la interacción con el emisor**

Siempre que entablamos una conversación estamos realizando una actividad interactiva en la que el significado global se va construyendo a través de la alternancia en las manifestaciones entre un emisor y un receptor. Esta característica implica la garantía de que el mensaje se descodifique con mayores posibilidades de éxito.

La radio es el medio por excelencia del sonido, se considera el medio de comunicación de masas más apropiado para promover la educación auditiva. Estas son algunas de las razones que avalan esta idea: impacta el sonido, es la fuente estimuladora de la imaginación, fomenta la escucha y capacita la expresión oral.

A través de este medio, se puede emprender la educación en la diferenciación y manejo de las distintas cualidades del sonido: intensidad, duración, tono y timbre.

Cualquier fragmento sonoro de la voz de un locutor, nos puede ayudar a distinguir, y después a trabajar, estas cualidades. Esto enriquecerá sobremanera la capacidad expresiva del individuo.

- **La radio, la fuente estimuladora de la imaginación**

El principal potencial del medio radiofónico es, sin duda, su capacidad para estimular la imaginación. Precisamente es la más importante limitación de la radio la que genera su mayor atractivo. La magia de la radio, se centra precisamente en la capacidad del sonido para dibujar escenas sonoras que recrean en la mente del receptor realidades y escenarios fantásticos. Por eso el medio radiofónico se convierte en una fuente esencial para estimular la creatividad de los individuos.

- **La radio, el fomento de la escucha**



La radio es el medio que mejor fomenta la capacidad de la escucha...La escucha requiere siempre un esfuerzo, porque necesita la atención. Resulta, por lo tanto, una actividad más trabajosa que la simple exposición a la imagen.

Posee el atractivo añadido de fomentar la creación de imágenes visuales con un realismo casi absoluto: los escenarios más irreales, los personajes más increíbles:

- **La radio, la capacitación de la expresión oral**

Puesto que la radio se sustenta en la palabra como principal elemento del lenguaje radiofónico, resulta un medio provechoso para desarrollar la expresión oral...resulta útil estudiar la palabra oral de los locutores de radio analizando los distintos recursos expresivos de la voz.

Resumiendo, podemos indicar que la radio estimula las capacidades comunicativas las que propician el desarrollo de las habilidades que faciliten una comunicación adecuada a la situación del individuo. Para Roque del Toro (s. f.), el receptor juega un papel crucial en el proceso de comunicación oral al tener que poner en marcha varios mecanismos: activar los conocimientos que tenga del tema en cuestión, comparar lo que sabe con lo que escucha para comprender e interpretar lo que quiere decir el hablante y entonces crear una respuesta adecuada o prepararse para asimilar lo desconocido y acomodarlo en la memoria. El receptor jamás ocupa una posición pasiva durante el proceso de comunicación oral. Así crea en su mente una imagen única. Por lo tanto, el lenguaje auditivo, con su enorme capacidad de sugestión, estimula poderosamente la imaginación.

Es muy importante lo que nos dice Rodero (2008:100): “Nunca lograremos una competencia comunicativa plena, que garantice la completa integración del individuo en el entorno, si olvidamos la educación auditiva y, con ello, la formación en el sistema expresivo oral”. Es sumamente importante desarrollar una escucha eficiente, lo que será necesaria para expresarnos oralmente de manera adecuada.

*Escucha y literatura= creatividad*

Diversos especialistas han planteado que la escucha de literatura estimula la creatividad y el pensamiento divergente, aquel pensamiento necesario y que otorga recursos imaginativos, en ese sentido, Montero y Mandrillo (2007) nos comentan lo siguiente:

La literatura no puede prescindir de la oralidad, pues ella es su fuente. La historia de la literatura provee testimonios en abundancia de los intentos de la escritura por recuperar, por medio de variadas estrategias, la cercanía y la complicidad con el público propias de la oralidad. Algunas de esas estrategias como las llamadas al público, la presencia del narrador, los diálogos directos, la inserción de pensamientos en voz alta, las historietas y los folletines, muestran un lenguaje más directo, sin circunloquios o excesivas perífrasis, y una economía de palabras propios de la

oralidad. Se trata entonces de tender un puente entre la capacidad de transmisión oral de la radio y los esfuerzos del texto literario por mantener el carácter propio de la narración hablada como medio de acercar a los niños a la palabra escrita y estimular en ellos la lectura.

Leer literatura estimula ambos hemisferios del cerebro: el izquierdo, encargado del lenguaje, de la lógica, las secuencias, las partes y el análisis; y el derecho, asociado a la imaginación, a la globalidad, a la música, al ritmo, a lo visual-espacial. Escuchar literatura, por otro lado, estimula el hemisferio derecho, el cual es capaz de identificar los diversos tipos de entonación, y darle significación. Además, en la escuela tradicional, en donde el cuento es muchas veces un premio -y no una actividad central a partir de la cual se pueden generar acercamientos a diversos campos del conocimiento-, es también mucho menos frecuente la estimulación del hemisferio derecho. El cuento narrado es una excelente estrategia de estimulación bihemisférica, a través del desciframiento y disfrute de la metáfora, figura literaria que frecuentemente aparece en los cuentos, las parábolas, las fábulas y los mitos.

En el caso de la narración radial, ésta se apoyará fundamentalmente en la cualidad vocal y en el uso de los efectos sonoros, de la música y de los silencios, que tanto comunican. Huelga decir que debe conocerse bien el texto a ser leído, de modo que la lectura parezca como si se estuviera contando en persona, transmitiendo así vívidamente la historia y generando imágenes en el oyente con sólo escuchar. Tal lectura, despertará, por último, la imaginación y pondrá en marcha el delicado mecanismo de la reelaboración de lo escuchado. El narrador debe poseer también dominio de sí mismo, actitud serena y distensión corporal. Es importante sentir que hay un acto de entrega de algo personal para lograr sintonía con los oyentes. Esto ayudará a crear la sensación de encantamiento y seducción que rodea el acto de escuchar una historia.

### *Escucha y educación*

Pineda de Sansone, B. (2007) afirma que los comentarios confirman, no sólo, la importancia del sonido, crucial en ocasiones, pues la repentina elevación de la voz o un silencio agregan a la significación y a la trama narrativa, sino también, la relevancia de la entonación, de la dicción y de los gestos, pues se desarrollan potencialidades como la atención, la concentración, la inferencia, y la memoria, además, el niño se ejercita como escucha, practica la repetición, manifestación típica de la oralidad, sobre la cual se apoya la memoria, el ritmo construido gradualmente, etc. Constituye una solución eficaz que garantiza al individuo su eficaz integración en la sociedad, al desarrollar una capacidad comunicativa plena que potencie, junto a las habilidades escritas y audiovisuales, la cultura auditiva: la gran olvidada.

En las aulas, se han dedicado muchas horas a la memorización, al trabajo escrito, a los exámenes de conocimiento, a los apuntes, a las pruebas, etc.; pero muy poco tiempo a enseñar a hablar, a expresarse en público, a discutir dialogando, a debatir sosegada y constructivamente, sin acritud [...] a emplear el lenguaje verbal como instrumento esencial y prioritario de la comunicación humana, en los más variados contextos y momentos. Aguaded (1993: 64)

Por su parte, para Savater (1994) “La educación es una cosa muy necesaria (...), pero la literatura es realmente imprescindible. Me refiero, para ser más preciso, a esa parte de la literatura llamada ficción. Sin educación, los recursos de la subjetividad quedarían desaprovechados, pero sin ficción literaria no podría haber subjetividad.” Muchas veces le ofrecemos al niño lecturas “para que aprendan” y erróneamente pensamos que la literatura es sólo para abstraernos de la realidad, para estimular la fantasía, y entonces se presenta la dicotomía: lectura útil o para aprender y lectura de entretenimiento, para pasar el tiempo, para descansar, sin utilidad aparente. Fernando Savater confirma que la ficción es útil precisamente, porque desarrolla la subjetividad del lector.

#### **2.2.10 Adaptaciones radiales de obras literarias**

Se dice que la radio es el medio más fantástico, que permite llevar a la imaginación hacia lugares inexplorados, que es un pozo de creatividad inagotable, la que se desarrolla para lograr el disfrute del destinatario; al mismo tiempo es un medio de fácil alcance. Todas estas virtudes pueden ser aprovechadas en la adaptación radial. Las características del medio radiofónico y la literatura constituyen uno de los binomios más afortunados para el radioescucha, ya que se sigue dando la oportunidad a la imaginación creadora del oyente en la transmisión hertziana de cuentos y obras literarias. Por otra parte, la difusión de autores contemporáneos encuentra un escaparate en la radio y permite que el auditorio se interese por conocer más de la obra de los escritores seleccionados y con ello se contribuye a la difusión de la lectura.

Como mencionamos anteriormente, es interesante conocer que estas dos concepciones: la radio y la literatura, las mismas que pueden fusionarse y lograr algo extraordinario. Pero antes debemos definir qué se entiende por adaptación radial o radiofónica.

López (2010:28), el radialista apasionado, la conceptualiza de la siguiente manera:

Por adaptación radiofónica se entiende adaptar un texto literario (por ejemplo, un cuento, una novela, etc.) al lenguaje radiofónico. Es decir, incorporar música, efectos sonoros, personajes, diálogos, narradores, para que dicho texto literario se difunda por radio. A veces, se toma directamente el texto y se lee ante el micrófono. Pero eso no tiene mucha gracia.

El asunto no es reproducir una obra o pieza literaria, sino convertirlo al lenguaje radial, no solamente transcribirlo sino aplicar en este proceso, elementos como la música, efectos, hasta el silencio; para lograr un mensaje que interese y conmueva al destinatario.

Herrería (2011:57) ubica a la adaptación radial dentro del género dramático; pues en este se crean los escenarios, las escenas y se representa a los personajes por medio de actores. Lo califica como un formato sencillo de escuchar e interpretar; porque va de la mano de una obra literaria. El lenguaje para la adaptación debe ser coloquial evitando el uso de términos rebuscados, que sean de fácil comprensión para el oyente y que este sea capaz de asociarla con su realidad, en caso contrario, no estará cumpliendo con la función del formato radial que es el de llevar el mensaje fácil para ser entendido y retransmitido.

También podemos relacionarla con la radionovela, que es la adaptación radial del género de la novela, aunque puede ser creada exclusivamente para la radio sin necesidad de retomarse de cualquier obra literaria. Construye puestas en escena y mantiene las estructuras básicas de la novela. Se emite en muchos capítulos, con una trama continuada. Hay que escucharla íntegra, porque si se pierde algún capítulo, es difícil reubicarse y seguir el argumento. Por lo anterior, es más recomendable para fines educativos el radio drama seriado, porque establece con la audiencia una comunicación más perdurable, más cálida que el radio drama unitario.

Hay que diferenciar la adaptación literaria de la adaptación de novelas, mientras que la primera se transmite completa en un programa; las radionovelas se propalan por capítulos, manteniendo la expectativa para el día o capítulo siguiente.

Flores (2009:72) no dice lo siguiente:

La adaptación radiofónica consiste en adecuar un texto, una obra o una idea a las peculiaridades del formato radial. Para ello el adaptador requiere traducir imágenes literarias, a veces subjetivas, a veces objetivas, pero siempre complejas, a imágenes sonoras. Su tarea es semejante a la del traductor: lograr con medios distintos efectos parecidos.

Se debe adecuar el texto literario con sumo cuidado, trasladarlo al lenguaje radial y llevarlo al receptor, quien puede estar buscando la historia de la obra, o sorprenderse con algo nuevo.

Flores (2009:57) citando a Camacho (1999:44) se refiere a la adaptación radiofónica como un proceso creativo y operativo, técnico y artístico que consiste en trasladar una obra literaria a un modo de expresión diferente del texto original: la radio. Indica también que obedece a un proceso estético de producción auditiva-visual, que consiste esencialmente en la transformación de las imágenes de un libro en imágenes auditivas, lo que vendría a ser la traducción de un código lingüístico a un código auditivo. Como todo trabajo artístico, posee sus propias técnicas, maneras y principios determinados, así como dificultades que tienen que ver con el proceso de creación y de adecuación en sí. Por ello el guionista debe estar consciente de las exigencias técnico-creativas que representa trasladar una obra literaria a un lenguaje y a un modo de expresión distinto al original. Asimismo, debe poseer cualidades de escritor y tener pleno conocimiento acerca de las herramientas disponibles en el lenguaje radiofónico.

El hecho de que una adaptación implique una serie de riesgos está directamente relacionado con que se trabaja con imágenes literarias que, al ser llevadas a la radio, pueden ganar o perder intensidad, pero nunca ser idénticas, pues se parte de textos concebidos para ser leídos, no para ser escuchados. La calidad y la fidelidad de la adaptación dependerán, en gran parte, de la capacidad, destreza y talento del guionista, quien deberá respetar, lo máximo posible, los lineamientos y los contenidos de la obra. Bien lo dice Camacho

(1999:44): "...cuando se adapta una obra literaria o cualquier otro texto a un guión radiofónico, hay que tratarlo como una experiencia auditiva-visual y recordar que no estamos obligados a permanecer fieles al material de origen, pero sí a su integridad".

De no hacerlo, se puede materializar aquella vieja sentencia que dice: "traductor igual a traidor". Y es entonces cuando se presentan los problemas de rating debido a que la audiencia comienza a perder el interés por la radionovela porque no cumple con sus expectativas. Esto, sin mencionar las críticas provenientes de expertos en la materia que pondrán en tela de juicio la credibilidad y el profesionalismo del escritor. En aquellas operaciones creativas que suponen un cambio de materia, como lo es en las adaptaciones radiofónicas, hay que tener cuidado de no alejarse mucho del texto original. Para ello el adaptador tendrá que respetar, en la medida de lo posible, los matices ideológicos y las posiciones políticas del autor; emplear el mismo tono discursivo y apegarse a la forma y al orden en que sucedieron los hechos en la obra original.

Como vemos, adaptar para la radio es un trabajo de filigrana, el trasladar una obra literaria de un lenguaje a otro constituye una obra delicada que se corre el peligro de que, al menor error, pierda su encanto y el público se decepcione, no solo de la adaptación radial sino de la obra literaria en sí.

### **Tipos de adaptaciones radiales**

Flores (2009:26) nos comenta que existen tres tipos de adaptaciones básicas a las cuales el guionista puede apelar a la hora de realizar su trabajo: adaptación literal, adaptación libre y la transposición radiofónica. A continuación cada una de ellas:

#### **- La adaptación literal**

Consiste en reproducir, lo más fielmente posible, las propuestas de la obra original, aunque para ello se requiera hacer algunos cambios en la estructura narrativa de la historia. En muchos casos, será necesario reducir la obra literaria. En este sentido, el trabajo del guionista consistirá no sólo en suprimir ciertos episodios o cortar algunos pasajes, sino en saber cómo condensar el

texto. Por tanto, deberá poner a prueba su creatividad para utilizar todos los recursos disponibles que le permitan hacer las transformaciones, arreglos y ajustes necesarios para poder llevar la obra al formato radiofónico. Por ejemplo, poner en boca de los personajes lo que en la novela está descrito por un narrador; encontrar equivalencias a los razonamientos y a los pensamientos interiores; buscar los caminos necesarios para transmitir los estados psicológicos, las atmósferas y los ambientes; y hacer comprensible los cambios que se hagan a nivel de tiempo y espacio.

Es importante advertir que en la adaptación literal no se trata de fotocopiar escenas enteras de la obra original, sino llevar al papel, lo más fielmente posible, la propuesta del autor. Por ejemplo, una escena, un pasaje o una reflexión de gran intensidad en la obra de origen pueden resultar inexpresivos en la radio si no se le da el matiz y el tratamiento adecuado. Recuérdesse que es absolutamente distinto el valor de la palabra cuando está destinada a sólo ser leída, que cuando está destinada a sólo ser oída. Aquí la adaptación debe respetar los lineamientos del libro, su esencia e intención. Es la adaptación más fiel a la obra original y hay que ser meticuloso en su tratamiento, para no alterar el libro.

### **La adaptación libre**

En este caso, el guionista sólo consulta el texto original como guía, pues esta clase de adaptación presupone un sinfín de posibilidades, tantas como la creatividad y la experiencia lo permitan. Este tipo de adaptación, la más utilizada por escritores, permite entregar una obra revitalizada estéticamente a través del proceso creativo de la interpretación. Todo ello garantiza la identidad de la obra, al mismo tiempo que explica la novedad de la materia. Es decir, por un lado, se pretende presentar la obra y, por el otro, sacar de ella una nueva creación, sin que ello implique traicionar su espíritu original. Por tanto, es válido modificar el orden de los acontecimientos, cambiar el estilo de la narración y crear otras escenas, incidentes o sucesos, sin cambiar el sentido y el tono original de la obra. Entonces, se puede hablar de una adaptación inspirada en tal obra literaria, de una adaptación libre de una novela o, bien, de un guion basado en tal o cual personaje histórico.

En la adaptación libre, el guionista se aleja o se desvía de la obra original para trastocar el tema, remodelar los personajes, renovar las situaciones y tomar partido sobre tópicos en particular, ya sea para favorecer o privilegiar la postura política o moral del autor. Se combina el traslado guiándose del libro, pero se da libertad a los realizadores que acondicionan para su interpretación, con su sabor y su sazón, nos entreguen con gran inventiva, la misma obra pero con un tratamiento personal.

### **La transposición radiofónica**

Es el acto de descubrir ciertos elementos en una obra con el propósito de reflejarlos en la adaptación. El escritor, en este caso, es un traductor, cuyo objetivo es doble: transferir fielmente, al mismo tiempo que crear con libertad. La transposición da como resultado efectos nuevos e inesperados, que ponen en evidencia nuevos aspectos y valores de la obra literaria. No se trata de atribuirle algo que no tenía, sino de descubrirle algunos matices que no se conocían. Puede incluso suceder que la adaptación radiofónica resulte, al menos en algunos aspectos, más idónea que la obra literaria misma y llegar, incluso, a niveles de perfección.

Adaptaciones como éstas contribuyen a profundizar el conocimiento, el valor y el significado de la obra. En ningún momento, con la transposición radiofónica, la obra pierde su sentido o identidad original. El resultado, más bien, será una pieza radiofónica que tendrá, a la vez, un doble carácter: el de fidelidad y el de creatividad, porque, por un lado, pretende presentar la obra misma y, por el otro, sacar de ella una nueva imagen. La transposición, en suma, abre un campo inmenso al virtuosismo, cuya solución exige el manejo de la técnica, el conocimiento del procedimiento, así como el talento y la habilidad del adaptador. Por tanto, el adaptador estará en la libertad de escoger la que más le convenga en función de sus intereses y de las habilidades que tenga como escritor, pero sin salirse de los confines de la obra literaria, hay que hilar muy fino para no perder la esencia y jugar con la subjetividad de cada persona.

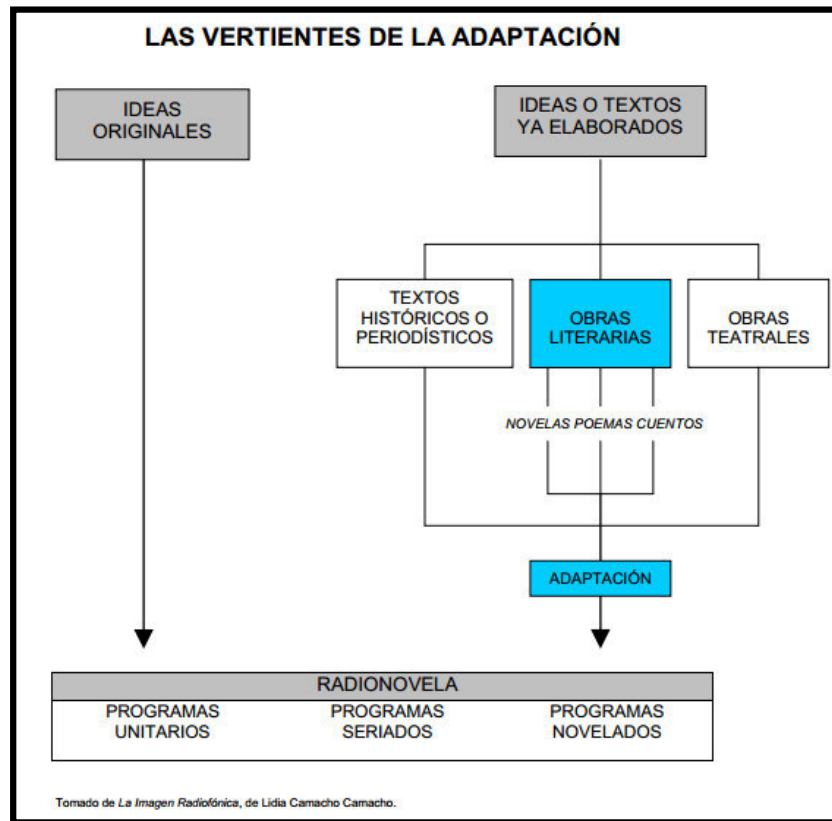
Lidia Camacho hace una reflexión final en relación con los tres tipos de adaptación antes explicadas: La adaptación literal traiciona a la radio estando



demasiado cerca de la obra literaria. La adaptación libre traiciona a la novela tomando demasiada distancia de ésta. La transposición no traiciona ni a una ni a otra, sino que se sitúa en los confines de estas dos formas de expresión artística. (1999:17). Por ello va depender de lo que se persiga, de lo que se busque con la finalidad de esa adaptación y lo que se persiga con la producción radial en sí. Muchos autores coinciden que la radio es profundamente sugestiva en medida que el receptor elabora un mundo de imágenes sonoras evocadas a partir de la combinación de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio. En cuanto a los formatos dramatizados, son todos aquellos formatos de ficción, tanto teatrales como narrativos, que emplean personajes y otros recursos del lenguaje radiofónico. Se diferencian de los formatos periodísticos, que reflejan la realidad. Por eso tenemos que ver como utilizamos los sonidos y los efectos para construir la historia que queremos contar. También pueden intervenir los locutores, quienes van a aportar reflexiones acerca de la historia.

### **Otras formas de adaptación**

Pero no son las únicas formas de adaptación, continuando con Flores (2009:38), nos comenta que existen vertientes de la adaptación, que están determinadas por los diferentes materiales utilizados para escribir los guiones dramatizados. A continuación un esquema en donde se especifica cada uno de ellos: Cada una de las fuentes propuestas en el esquema anterior sirve para realizar adaptaciones radiofónicas. No obstante, sólo se explicarán las basadas en obras literarias porque fueron las seleccionadas para ser el objeto de estudio de este trabajo.



✓ **Novelas:** en este caso, el trabajo se concentra en la condensación de la obra y en el arte de saber narrar y manejar la figura de los diálogos, en función del perfil psicológico de los personajes.

✓ **Poemas:** en la traslación de la poesía al formato radiofónico se aconseja traducir versos completos, más no palabras, con el objetivo de comunicar el sentido y la emoción originales.

✓ **Cuentos:** el material de esta clase de adaptación radiofónica se encuentra en una forma más condensada porque, precisamente, se trata de cuentos que, en su gran mayoría, presentan estructuras narrativas cortas o poco densas. Esto hace pensar que el proceso de adaptación será simple y menos complejo y que, por tanto, se obtendrá un efecto de fidelidad mucho más óptimo. No obstante, esto no es necesariamente así, puesto que un párrafo o un par de cuartillas de un determinado cuento pueden dar suficiente material para escribir una radionovela

completa. En estos casos, el guionista tiene que crear nuevos diálogos, personajes y, si es necesario, otras acciones o nudos dramáticos.

Con la adaptación de obras literarias a través de la radionovela, se pretende, al menos, lograr tres objetivos fundamentales: en primer lugar, elevar el nivel de la audiencia; en segundo lugar, mantener viva la industria del arte; y en tercer lugar, difundir la literatura a nivel masivo. Las propuestas radionovelescas basadas en clásicos de la literatura no es algo nuevo, sino, por el contrario, es una práctica que se viene realizando hace muchísimo tiempo en los diferentes países que cultivan el género. Inclusive, es lo primero que se hizo en el medio para sacarlo adelante. Hoy en día, ya es una práctica institucionalizada en el ámbito radial.

Comúnmente, se adaptan obras literarias para realizar radionovelas, porque ellas contienen las estructuras básicas que debe poseer toda producción dramática. En las radionovelas modernas, no hay ninguna historia, situación o conflicto humano nuevo que se aprecie, todos los planteamientos temáticos que se presentan están inspirados en los clásicos, de ahí su universalidad. Las obras literarias a través de los años se han encargado de estandarizar la producción novelada en cualquier país que haga uso del género, porque no existen otros modelos que sirvan como guía en la concepción y en el posterior desarrollo de cualquier historia. Inclusive, el que quiera aprender a escribir dramáticos, para cualquier medio, lo primero que debe hacer es leer estas grandes obras de la humanidad.

Para los que se inician en la interesante tarea de hacer adaptaciones radiofónicas, existe una técnica de gran ayuda que les permitirá concluir su labor en los mejores términos posibles. Se trata de la matriz de acontecimientos, que es un procedimiento que puede usar el escritor en su trabajo de adaptación para no perder la secuencia de los sucesos claves de la historia. Corresponde ahora precisar cuál es la relación existente entre la radio y la literatura, entendidas éstas como dos medios independientes, que funcionan con sus propios lineamientos en el ámbito de la comunicación.

Ambos conectan al público con la imaginación. Tanto la radio como la literatura presentan la ventaja de dejar a la imaginación del oyente y del lector ciertos aspectos propios del relato, como las características de los personajes, la forma cómo sucedieron los hechos y algunos detalles relacionados con los ambientes y las situaciones. Por ende, el público tiene la posibilidad de ejercitar su mente a través de la visualización de imágenes.

En suma, cuando unen la radio y la literatura a través de la adaptación, se forma un solo espacio, la radionovela, en la cual el público puede liberar su mente con mayor desenvoltura, en búsqueda de imágenes propias, sacadas de cierta realidad, pero inspiradas en un mundo de fantasía. El hecho es que la radio y la literatura provocan en la gente un efecto de introspección diferente, como si le estuviera hablando alguien, y eso hace que la experiencia sea única y singular. La intensidad del efecto dependerá, en gran parte, del grado de conexión que haya entre la persona y el medio

En definitiva, la radio y la literatura presentan, al menos, dos similitudes: por un lado, conectan al público con su imaginación y, por el otro, trascienden el límite de lo privado para establecer una relación ambigua de identificación personal o, si se quiere, de complicidad. En este caso se busca que a través de las adaptaciones de obras literarias se cumpla la función educativa de todo medio. En resumen consideramos al género de adaptación radial como un vehículo eficiente para llevar cultura y entretenimiento, dos tópicos que muchas veces han estado apartados y, hasta se contraponen. Es difícil que el aprendizaje esté exento de rigor pues no somos muy afectos a la lectura, pero escuchar los clásicos y novelas en lenguaje radial resulta fascinante, además que cada radioescucha construye imaginariamente un escenario y va decantando la trama a su estilo, producto de las circunstancias, de sus experiencias, de una sinergia interna que cada individuo posee.

### **La invasión desde Marte**

Como reseñamos anteriormente, la adaptación literaria tiene su máxima expresión en un evento que se suscitó en la ciudad de Nueva York, el 30 de octubre de 1938, a cargo de un hasta entonces poco conocido Orson Welles, en el marco de un programa especial para la emisora CBS.

Un día previo al Halloween de 1938 Orson Welles demostró, por primera vez, el grandísimo poder de los medios de comunicación de masas, y en particular, la capacidad de la radio, con el éxito de los relatos dramatizados con la adaptación de la novela de ciencia ficción de H. G. Wells, *La guerra de los mundos*, y pone a correr a los desprevenidos neoyorquinos, que oían cómo los marcianos tomaban el planeta y llegaban a las goteras de la Gran Manzana. Welles y el Mercury Theatre, bajo el sello de la CBS, adaptaron el clásico *La guerra de los mundos* a un guion de radio. Los sesenta minutos que duró la emisión lograron instaurar la histeria en la sociedad estadounidense. La reacción masiva que provocó el programa —que contaba la historia en forma de noticiario— en ella se narra una explosión en Marte, seguido de un impacto, una nave espacial que se abre, el ataque de los marcianos en los que se recrearon la llegada de extraterrestres a Grover's Mill (Nueva Jersey) y su camino de destrucción hacia Nueva York—... todo entrelazado con la música orquestal de Ramón Raquello, desde el hotel Meridian Plaza.

Fue tanto el realismo impregnado en las ondas sonoras que los oyentes que sintonizaron la emisión y no escucharon la introducción pensaron que se trataba de una emisión real de noticias, lo cual provocó el pánico en las calles de Nueva York y Nueva Jersey (donde supuestamente se habrían originado los informes). La comisaría de policía y las redacciones de noticias estaban bloqueadas por las llamadas de oyentes aterrorizados y desesperados que intentaban protegerse de los ficticios ataques con gas de los marcianos.

Mientras, en Nueva York, miles de personas huían con sus pertenencias a la calle, dejando sus departamentos y tomando sus vehículos para escapar lo más lejos posible, causando enormes congestiones. Por su parte, las estaciones de policía no dejaban de recibir llamados angustiosos de testigos de bombardeos e incendios en distintos puntos de la ciudad. Miles de personas se precipitaron a las oficinas de los periódicos a inquirir mayores detalles de la invasión marciana en Nueva York, a preguntar qué hacer, dónde esconderse o cómo ayudar. Al día siguiente saltaron protestas exigiendo responsabilidades y una explicación, de modo que el propio Orson Welles pidió perdón por la broma de Halloween, considerada una burla por los oyentes.



Orson Welles dramatizando la llegada de los extraterrestres a New Jersey

Los datos de audiencia estiman que cerca de 12 millones de personas escucharon la transmisión y otras tantas cayeron presa del pánico abandonando sus casas y colapsando carreteras, estaciones o comisarías. Los teléfonos de emergencia echaron humo durante varias horas recibiendo multitud de mensajes que decían haber visto a los extraterrestres. El polémico acontecimiento, que terminaba con la “muerte” del propio Orson Welles a causa de los gases que emanaban los invasores, pudo ser el fin de su fulgurante carrera, pero visto en perspectiva, aquello, en realidad, no fue más que el inicio de su leyenda. Tras el primer corte y para darle aún mayor veracidad a la noticia, Welles retomaba la supuesta emisión de una orquesta desde el Hotel Meridian Plaza para volver a parar a medida que la ficticia invasión extraterrestre se iba desarrollando, “damas y caballeros, tengo que anunciarles una grave noticia. Por increíble que parezca, tanto las observaciones científicas como la más palpable realidad nos obligan a creer que los extraños seres que han aterrizado esta noche en una zona rural de Jersey son la vanguardia de un ejército invasor procedente del planeta Marte...”

Las interrupciones eran cada vez más frecuentes y con un mayor tono de alarmismo, como prueba la secuencia del personaje Carl Philips desde Grovers Mill, en el Estado de Nueva Jersey, donde supuestamente se estaba sucediendo el aterrizaje: “Señoras y señores, esto es lo más terrorífico que nunca he presenciado... ¡Espera un minuto! Alguien está avanzando desde el fondo del hoyo. Alguien... o algo. Puedo ver escudriñando desde ese hoyo negro dos discos luminosos... ¿Son ojos? Puede que sean una cara. Puede que sea...”

Antes de terminar de narrar su guion, Orson Welles se vio obligado por la propia CBS a intercalar un mensaje tranquilizador a los oyentes, justo cuarenta minutos después de haber comenzado a contar su historia. Y es que el programa radiofónico provocó la histeria del público, ya que miles de ciudadanos colapsaron las comisarías de llamadas telefónicas. Fue tanta la conmoción producida por esta emisión radial que los medios no tardaron en hacer eco de lo que hasta la fecha es considerada un suceso importante en el campo de la comunicación. El *Nebraska State Journal* comentó, al día siguiente, el caso de una mujer que entró corriendo a una iglesia de su ciudad, Indianapolis, gritando: “Nueva York ha sido destruida. Es el fin del mundo. Vamos a morir. Lo acabo de oír en la radio.”



Orson Welles, a través de las ondas de la CBS, dramatizando La Guerra de los Mundos

La adaptación radiofónica de *La Guerra de los Mundos*, que sembró el pánico en Estados Unidos demostrando el poder de sugestión de los medios de comunicación. Este fenómeno estableció el poder de persuasión de la radio y la bondad de los relatos dramatizados para llegar a las fibras más íntimas de la gente. Esta adaptación radiofónica se emitió en otros países hasta algunos años después, causando el mismo pánico y convenciendo a los ilusos de que los marcianos habían llegado. Un caso especial fue el de Ecuador, donde tras la transmisión del programa, muchos consideraron la invasión marciana un hecho real y la gente enfurecida prendió fuego al edificio de Radio Quito, emisora que lo emitió.

Muchos estudiosos, hasta ahora se encuentran sorprendidos de este fenómeno, y del gran poder persuasivo de la radio. Respecto a ello Archila (2007:54), nos comenta lo siguiente:

Así, finalmente se entendió que aunque nunca se pueda llegar a saber qué fue lo que exactamente ocurrió en ese momento, porque no se estuvo allí o porque no se es omnipresente para ver la reacción de cada una de las personas que escuchó la narración, sí se sabe que el caso puede ser explicado desde muchas versiones, que aunque sean diferentes podrían también llegar a ser complementarias dado que miran las cosas desde diferentes ópticas, desde diferentes ángulos, como si un cuerpo en lugar de tener dos ojos tuviera seis o más.

Continuando con Archila (200:17), nos trata de explicar los efectos de este fenómeno radial, según las diversas teorías de la comunicación, así, desde la Teoría de los efectos limitados / Aguja hipodérmica, se pudo concluir que los medios de comunicación, dado el gran poder que ejercen sobre la gente, fueron los culpables de que el público tomara como real aquello que era solo una ficción. Desde el establecimiento de agenda se puede decir que los medios de comunicación pusieron en boca de la gente este tema haciéndolo parecer más importante de lo que realmente fue, haciendo caso a ciertos intereses. Desde la Teoría crítica se concluyó que los medios, dada su intención de masificar a las personas, las sumieron en un estado de pasividad y alienación, razón por la cual no pudieron diferenciar entre la realidad y la ficción. Desde el determinismo tecnológico se puede concluir que el caso pudo haber causado pánico especialmente por el medio por el cual se transmitió, pues este propiciaba la verosimilitud y la confianza. Para la recepción crítica, el





## The New York Times.

NEW YORK, MONDAY, OCTOBER 31, 1938.

### Radio Listeners in Panic, Taking War Drama as Fact

Many Flee Homes to Escape 'Gas Raid From Mars'—Phone Calls Swamp Police at Broadcast of Wells Fantasy

A wave of mass hysteria seized thousands of radio listeners throughout the nation between 8:15 and 9:30 o'clock last night when a broadcast of a dramatization of H. G. Wells's fantasy, "The War of the Worlds," led thousands to believe that an interplanetary conflict had started with invading Martians spreading wide death and destruction in New Jersey and New York.

and radio stations here and in other cities of the United States and Canada making advice on protective measures against the raids.

The program was produced by Mr. Welles and the Mercury Theatre on the air over station WABC and the Columbia Broadcasting System's coast-to-coast network, from 8 to 9 o'clock.

The radio play, as promoted, was to simulate a realistic radio news

público, aunque pudo haber sentido miedo al principio, se dio cuenta de la real naturaleza de la transmisión dada su capacidad crítica y sus conocimientos previos. Finalmente, desde la teoría de la Presión grupal, se puede decir que la comunidad tiene una gran influencia en el pensamiento y comportamiento de las personas sea para reaccionar con temor, o sea para corroborar versiones y tranquilizarse.

Son explicaciones a las que Archila arribó, pero continúa narrando acerca de la tragedia que se supone les tocó vivir a los neoyorquinos. Es tanta la trascendencia de esta producción radial que se ha convertido en un mito, a su vez catapultó la carrera de Orson Welles, quien a la postre se convertiría en uno de los mejores cineastas de todos los tiempos y en la radio demostró su extraordinario poder de comunicación.



Orson Welles acompañado de la orquesta de Ramón Raquello

### 2.2.11 Mi novela favorita

Las adaptaciones radiales constituyen un género importante, algunos lo denominan radio realismo por su gran emotividad. Esta clase de estilo radial tuvo su cúspide, como mencionamos líneas arriba, en la producción “La invasión desde Marte” de Orson Welles, de gran impacto hasta la fecha. En el Perú las adaptaciones radiales vienen realizándose desde los años 40 con los radioteatros y las radionovelas, en principio con un fin de entretenimiento, aunque también se realizaron con temática educativa y social. Recientemente, una de las más importantes es la secuencia de programas de Radio Programas del Perú (RPP), se trata de *Mi novela favorita*. A continuación un extracto de la web de RPP (2013) sobre este programa radial:

El Programa Educativo *Mi novela favorita* es una propuesta de Radio Programas del Perú (RPP) para hacer llegar obras maestras de la literatura y de promover el placer por la lectura, “es una serie que transforma en sonido 52 novelas clásicas de la literatura universal, devolviéndole su vieja vigencia al género del audio de ficción. La selección ha estado a cargo de Mario Vargas Llosa, quien comenta cada novela y conduce los programas. Las novelas - transmitidas una por semana- tienen una duración de 54 minutos netos.”

Esta serie de programas han sido producidas por un equipo de experimentados comunicadores, dirigidos por el dramaturgo Alonso Alegría. Es importante subrayar que nuestro premio Nobel 2010, Mario Vargas Llosa, escogió las obras literarias en forma meticulosa. El Consejo Consultivo de Radio y Televisión del Perú (CONCORTV), resalta la importancia de esta secuencia radial al señalar que el escritor peruano Mario Vargas Llosa, comprueba que un programa cultural puede llegar a un grupo amplio y además puede entretener y divertir a un gran público. Vargas Llosa comentó que el objetivo de lanzar *Mi novela favorita* no fue para reemplazar la lectura sino estimularla, mostrando la riqueza, diversidad y entretenimiento producido por los clásicos de la literatura. Agregó además “La idea es que si éstas versiones tienen éxito, los oyentes se sientan estimulados para leer las historias completas y versiones literarias de lo que mostramos en la radio”. Señaló además que el uso de este medio promueve la imaginación, incita al radioescucha a imaginar la escena, a crear nuevos ruidos, a “rellenar” los espacios vacíos de la historia radial.

Mario Vargas Llosa, quien también es comentarista del segmento, exaltó el carácter divertido que tiene la cultura literaria en la radio, además de portar elementos altamente enriquecedores para el intelecto, la sensibilidad y la imaginación: "...las intrigas de los argumentos mantienen el ánimo en suspenso y estimulan enormemente la imaginación de las personas. Eso es lo que está detrás de este proyecto...", dijo, desde España.

"La inclusión de la radionovela en la radio hizo que este elemento se convirtiera en un medio masivo ya que, como género en sí, es un sinónimo de comunicación", el mérito real de *Mi novela favorita* está en el clima que se logró crear en la cabina. CONCORTV (2008a). Manuel Delgado Parker, presidente del Grupo RPP, señala que la intención, fue reeditar las versiones de las novelas antiguas de la radio, a través de elencos completos y utilizando tecnología avanzada.



Alonso Alegría dirigiendo a un grupo de actores durante realización de MNF  
Fuente: web de RPP

Esta sucesión de radionovelas son producidas con la finalidad de llevar cultura al país. Radio Programas del Perú se escucha en lugares recónditos y con la difusión *Mi novela favorita*, su público conocerá clásicos literarios mundiales a la par con el entretenimiento. Delgado Parker añade que "esta adaptación sonora es una maravillosa herramienta de comunicación vinculada al esparcimiento y la literatura".

La radionovela tiene un largo historial en Latinoamérica, donde su aceptación es debida a la emotividad del receptor de esta región: sensible, romántico, soñador...fueron estas razones que relacionaron a la radio y la literatura convertida en radionovela. En el caso de *Mi novela favorita*, su objetivo es propalar clásicos universales de la literatura y aparte de poseer características comunicativas, también tiene aspectos pedagógicos, como a continuación reseñamos:

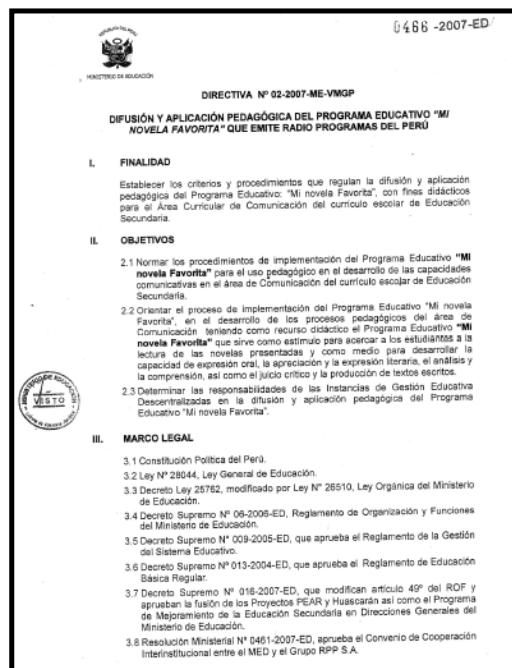
### Aspectos pedagógicos

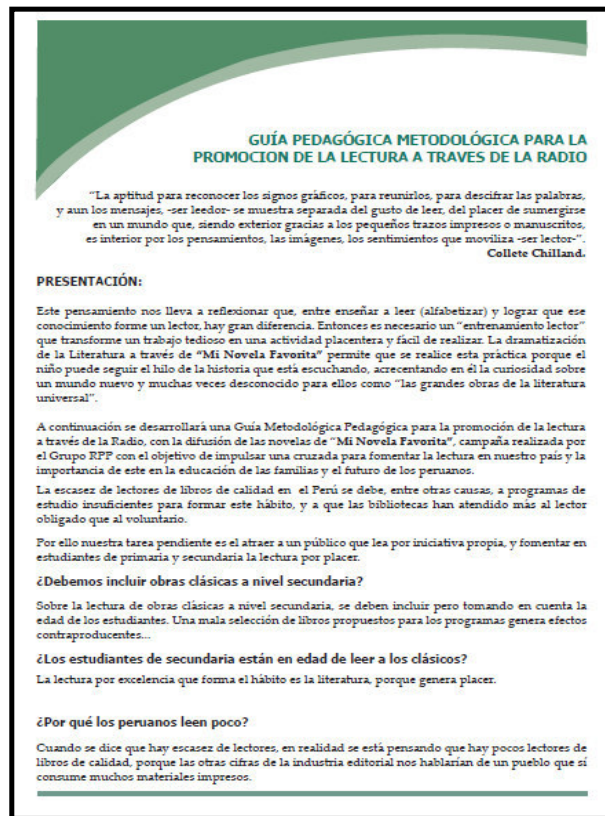
Como dijimos anteriormente, el programa radial *Mi novela favorita* posee aspectos pedagógicos que cumplen función educativa, la revista *Magisterio Peruano* (2009:9) se refiere a ello de la siguiente manera:

Se busca promover la lectura y otras capacidades en más de 316 mil escolares de Secundaria, dijo el ministro José Antonio Chang Escobedo: "queremos que la mayor cantidad posible de nuestros niños y niñas de las escuelas públicas tenga acceso al programa, que busca promover la lectura, expresión oral, comprensión, análisis, expresión literaria y otras capacidades".

La directiva Nro. 02-2007.ME-VMGP emitida por el Ministerio de Educación, busca complementar el trabajo de los maestros que tengan a su cargo alumnos de nivel secundaria, especialmente en las comunidades rurales.

Directiva N° 02-2007 sobre la difusión y aplicación de MNF en las IE del país (Fuente:MINEDU)





Guía Pedagógica para la promoción de lectura a través de la radio.

Fuente: Web del MINEDU

Como mencionamos, en esta serie de adaptaciones radiales tuvo participación el Ministerio de Educación, quienes orientaron su implementación en centros educativos, en el plan lector, a través de la directiva mencionada. Si bien es cierto no ha habido una continuidad, pero ha marcado un precedente para futuras experiencias y a través de esta investigación vamos a dar alcances de su repercusión.

Ministro de Educación, José Chang Escobedo (en medio); Presidente de Grupo RPP, Manuel Delgado Parker (derecha) y Viceministro de Gestión Pedagógica, Ivler Dexler Talledo (izquierda); durante la firma de convenio entre MINEDU y RPP.

Fuente: web de RPP



## **Reconocimiento**

El Pleno del Congreso saludó a través de una moción de orden del día a Radio Programas del Perú por el importante trabajo que viene realizando a través del programa *Mi novela favorita*, por lo que ha recibido diversos reconocimientos por su valor pedagógico y comunicacional.

## **Cómo se produce Mi Novela Favorita**

Pero todo esto tiene un proceso, que comenzó con la idea de apoyar la educación, las capacidades comunicativas, dirigidas a los niños y adolescentes principalmente. En la página web de Radio Programas del Perú se reseña el proceso de producción de este programa educativo: el proceso de producción de *Mi novela favorita* es largo y complejo, e involucra a seis profesionales de primer nivel, de distintas especialidades con destrezas complementarias. Esta nota describe este proceso para darle al oyente una idea de lo que hay detrás de su programa radial favorito.

El proceso comienza con la adaptación sonora de la novela original, que puede tomar entre dos o tres meses y dos o tres semanas, dependiendo de la extensión del libro. Las adaptaciones las realiza un grupo de experimentada gente de letras y de comunicaciones, entre quienes se cuentan el novelista Alonso Cueto, la dramaturga Mariana de Althaus, la escritora y guionista Mariana Silva Yrigoyen, la comunicadora Carmen Salas, la periodista y escritora Jimena Salas Pomarino, la libretista dramaturga Marina Ribera Íñigo, la editora cinematográfica, productora, dramaturga y guionista Cinthia McKenzie, el director cinematográfico Augusto Tamayo, la actriz y dramaturga Kareen Spano y el escritor y director de escena Alonso Alegría. Los libretos que estos profesionales escriben se atienen a normas de extensión, de formato y de inclusión de detalle que facilitan el trabajo de producción.

El director general revisa la adaptación, de la que pueden haberse escrito dos o tres versiones. Luego deriva la versión final simultáneamente a Cinthia McKenzie (productora artística) y Jimena Salas (editora literaria). Cinthia analiza el libreto, lo desglosa por escenas según la aparición de los personajes y luego, en consulta con el Director General, define, concreta y

convoca al elenco. Mientras tanto Jimena revisa el texto para perfeccionar el balance en la duración de los cuatro bloques, el número total de palabras – única forma de prever la duración total del programa– la perfección idiomática y de estilo y otros temas relativos al texto, que es su primordial responsabilidad. El proceso de grabación del diálogo dura entre diez y doce horas, divididas en dos mañanas de entre cinco y seis horas cada una. Se graba el libreto en desorden –se puede comenzar a grabar por la última escena– ya que el plan de grabación lo establece Cinthia bajo el criterio de economizar el tiempo de los actores y optimizar su labor. Se realizan las grabaciones en Audiopost, un estudio de producción de audio de primer nivel, usando cuatro micrófonos de altísima calidad y programas de grabación digital (sistema Protools muy avanzado). En la cabina pueden grabar simultáneamente hasta ocho actores, y lo hacen con absoluta concentración mientras se guarda absoluto silencio también fuera de la cabina. El tiempo es corto y el trabajo es intenso, única forma en que los aciertos sean muchísimos y los errores pequeños y fácilmente subsanables.

Durante las sesiones de grabación, la labor de la productora artística es llevar el registro de las escenas grabadas y por grabarse, supervisar el flujo de los actores, darles instrucciones técnicas respecto al proceso de grabación y otras labores afines. La editora literaria está siempre atenta a errores de dicción de los actores y de redacción en el libreto, realiza y registra cambios de último minuto en el texto grabado, escribe en el acto textos adicionales o suplementarios y realiza las demás labores que atañen a los textos. Eventualmente es Jimena quien prepara el texto definitivo, derivado de la edición final de la novela –esa versión que sale al aire y que todos escuchamos. El director de actores guía la interpretación de nuestros artistas, que son –como sabemos– los mejores profesionales del medio teatral peruano que es, sin ninguna duda, uno de los mejores de habla hispana. Esta función de dirección de actores con frecuencia la realiza el director general aunque también han dirigido Cinthia McKenzie y el director de cine Augusto Tamayo San Román. El técnico de sonido de Audiopost lleva adelante la grabación en

sí, garantizando que ésta produzca un audio sin errores y de primerísima calidad.

Completada la grabación –en desorden– de las voces se inicia el proceso de edición. Lo primero que hace falta hacer es ordenar las escenas grabadas a fin de ubicarlas en el orden establecido por el libreto. Una característica importante de la producción de *Mi novela favorita* es la grabación de dos, tres y más niveles de voces que se escuchan al mismo tiempo. Hay una escena en Las bostonianas de Henry James que es buen ejemplo de esto. En ella se escucha simultáneamente 1) al narrador, 2) a una pareja conversando, 3) lo que se dice a sí mismo un joven que observa a esta pareja, mientras al fondo se escucha 4) un discurso que está siendo pronunciado en el salón contiguo, ante 5) un público que ocasionalmente reacciona, aplaude y comenta. Estos cinco niveles fueron grabados en distintos momentos y deben mezclarse, combinarse y graduarse en sus niveles e intensidades.

Durante el proceso de edición de voces con frecuencia se cortan palabras y hasta frases para lograr una primera versión en bruto que dure entre 52 y 53 minutos. Este tiempo incluye la introducción de Mario Vargas Llosa, que ha sido grabada con anterioridad. La versión final, con efectos y música, durará 54 minutos con 00 segundos, tiempo estricto que se cuenta desde el primer sonido de la característica musical (los primeros acordes de la tercera sinfonía de Beethoven) hasta que el locutor dice las últimas palabras, que son “...del Perú”.

En el camino hacia la versión final primero se agregan los efectos de sonido: puertas, truenos, ríos, disparos, relinchos etcétera. Este material llega a nuestro editor principal de sonido, Javier Ruíz Grignon, quien lo revisa y perfecciona antes de cumplir la delicadísima tarea de poner la música incidental y la música de fondo. La música de fondo por usarse ha sido escogida por el Director General y es por lo general una sola composición de un solo compositor clásico, aunque con alguna frecuencia se usan dos y hasta tres composiciones, pero siempre de un único compositor. La labor de Javier es delicada y muy especializada. Si bien el director general designa las composiciones, es Javier quien ubica, escoge y pone en el mejor lugar de la



novela los tramos específicos de música que resultan más apropiados a cada momento de diálogo. La música incidental –aquella que los personajes sí escuchan – es escogida por el director general o, con frecuencia, por el editor principal. Esta música se atiene estrictamente a la época de la novela, mientras que la música ambiental –aquella que los personajes no escuchan– puede dar grandes saltos en el tiempo y el espacio, ya que su función es fundamentalmente expresiva.

La música que usamos ha sido autorizada por un convenio con NAXOS, la gran editorial y disquera internacional especializada en música clásica. Este convenio pone a disposición de *Mi novela favorita* más de 10,000 títulos de todos los autores clásicos que existen, antiguos y modernos. De ese inmenso acervo de música escogemos la que nos parece más apropiada para cada novela. Cuando la musicalización está lista se realiza una primera escucha de toda la novela. Ya están las voces editadas, los efectos puestos y la música en su sitio. En esta escucha participa todo el equipo de *Mi novela favorita*: se verifican duraciones, ritmos de la acción, uso de la música y una infinidad de detalles más. Luego de esta escucha, el Editor Principal de Sonido realiza las modificaciones necesarias previas a una segunda escucha, que tampoco da por terminado el proceso artístico: antes de salir al aire, y previamente a la “masterización”, se realiza una nueva revisión, a fin de que todas las novelas estén en el más alto nivel de calidad alcanzado hasta el momento por *Mi novela favorita*.

Es en sí un gran proceso de producción radial y de trabajo técnico del material de audio, convertir una idea en un producto sonoro de calidad, para ello se necesitan más que técnicas, herramientas para lograr un acabado casi perfecto, que cumplan los estándares de calidad y logre su cometido de ser interesante y educativo para la audiencia; realizado por profesionales de la comunicación y arte muy reconocidos, con vasta experiencia y talento que le dan una calidad extraordinaria a MNF, la misma que ha traspasado fronteras y es considerada en varios países latinoamericanos.

### **Experiencias educativas con el programa Mi novela favorita**

*Mi novela favorita*, ha sido adaptada al Plan Lector de diversas Instituciones Educativas en el país, incluso el Ministerio de Educación ha promovido su difusión a través de la Directiva N° 02-2007-ME-VMGP, para la Difusión y Aplicación Pedagógica del Programa Educativo *Mi novela favorita* que emite radio Programas del Perú, en la que insta a usar esta estrategia comunicativa y pedagógica para mejorar la comprensión lectora. A continuación comentamos ejemplos de su aplicación en diferentes partes del Perú:

#### *- Vive de tu creatividad con Mi novela favorita*



Alumnas de la I.E. San Vicente de Paul de Jauja

Representación de “La gitanilla” en el I Festival de Teatro Escolar Mi novela favorita

Fuente: Web de RPP

#### *- Vive de tu creatividad con Mi novela favorita*

Es un círculo de estudiantes de la Institución Educativa San Vicente de Paul, de Jauja, en el departamento de Junín. Su objetivo principal es desarrollar en las alumnas la capacidad creativa, imaginativa, inventiva, cognitiva, investigativa a partir de la audición radial de *Mi novela favorita*. En este círculo se propicia un espacio donde se estimula, cultiva y desarrolla el talento de las alumnas en el teatro, la locución radial, la creación de rimas, acrósticos,

cuentos, frases, adivinanzas, ilustraciones, entre otros... y que de una u otra manera desarrollará la sensibilidad y creatividad literaria en las alumnas. Este proyecto, impulsado por la profesora Bertha Castillo Minaya, ha rendido sus frutos durante el año 2008, cuando las alumnas de la I.E. *San Vicente de Paul* dejaron volar su creatividad y presentaron en una actividad escolar diversas obras de teatro inspiradas en *Mi novela favorita* y en algunos de los textos que a continuación reproducimos, como rimas, acrósticos, adivinanzas y teatro.

Contó además la experiencia de Bertha Castillo Minaya, profesora de comunicación de la Institución Educativa *San Vicente de Paul* de Jauja, quien ha desarrollado, durante el 2008 y parte del 2007, un proyecto llamado *La creatividad y el aprendizaje de la literatura a través de Mi novela Favorita de RPP*. Esta profesora también ha sido la única ganadora de *El maestro que deja huella*, de la región.

- *Maritza Cruz: "Mi Novela favorita ayuda a que mis alumnos aprendan mejor"*

Maritza Cruz es docente del colegio *Mariano Melgar* de Ayaviri, Puno. Ella es una persona aficionada a la lectura y escucha *Mi novela favorita* ya que la utiliza como herramienta de trabajo con sus alumnos del segundo año de secundaria. "Este recurso educativo me ha servido como herramienta de trabajo ya que los chicos comparten en el aula el argumento, además al finalizar cada trimestre llevamos una obra al teatro. *Mi novela favorita* ayuda a que mis alumnos aprendan mejor", comenta esta fiel oyente. Desde que comenzó a oír la su interés se volvió un hábito y todos los sábados espera una nueva historia. "Agradezco a todo el equipo de la radio porque a través del lenguaje radiofónico llegan hasta lugares más recónditos del Perú", finalizó.

Estas dos docentes aplican como herramienta de enseñanza la serie realizada por Radio Programas del Perú, y han obtenido buenos resultados en sus instituciones.

- *Mi novela favorita en el plan lector en Piura*

La IE *César Vallejo* de Tambogrande en Piura, también ha utilizado el programa *Mi novela favorita* de la siguiente manera: nuestra institución se trabaja través de las lecturas programadas en los módulos de literatura, ahora además de esto en esta semana los alumnos del primer y segundo grado iniciarán su participación en el Programa *Mi novela favorita* que emite RPP todos los sábados y domingos, a través del cual escucharán y analizarán semanalmente una novela de la literatura universal, en esta oportunidad, la novela *El retrato de Dorian Gray* del autor Oscar Wilde...bueno lo demás ya lo escucharán nuestros compañeros el día domingo, la cual será analizada en la hora de literatura a través de una ficha de comprensión; en el caso de los alumnos del 3er y 4to grado se grabará la edición del día sábado correspondiente a la famosa obra *Crimen y castigo* del renombrado escritor ruso Fedor Dostoievski que será estudiada en clase de acuerdo al horario del curso, de esta manera nos involucramos más con el fascinante mundo de la lectura de obras literarias a través de nuestro plan lector institucional.

**IEP "CÉSAR VALLEJO" TAMBOGRANDE**

ESTE ES TU PORTAL PREPARADO POR EL CLUB DE PERIODISMO POR MEDIO DEL CUAL PUEDES ESTAR ENTERADO DE TODO EL ACONTECER DE NUESTRA INSTITUCIÓN BLOGGEA Y DÉJANOS TU COMENTARIO PARA JUNTOS PODER MEJORAR Y ASÍ PRESENTAR UNA MEJOR IMAGEN DE NUESTRO QUERIDO "CÉSAR VALLEJO" ¡SHULCA!

miércoles, 16 de septiembre de 2009

**MI NOVELA FAVORITA EN EL PLAN LECTOR**

Concedores de lo difícil que resulta para nosotros el leer, pero a pesar de ello se tiene que programar lecturas dentro del plan lector aunque en muchos casos sólo está en el papel. en relación a nuestra institución se trabaja través de las lecturas programadas en los módulos de literatura, ahora además de esto en esta semana los alumnos del primer y segundo grado iniciarán su participación en el Programa "Mi novela Favorita" que emite RPP noticias. Radio Programas del Perú todos los sábados y domingos a través del cual escucharán y analizarán semanalmente una novela de la literatura universal, en esta oportunidad, la novela *El retrato de Dorian Gray* del autor Oscar Wilde...bueno lo demás ya lo escucharán nuestros compañeros el día domingo, la cual será analizada en la hora de literatura a través de una ficha de comprensión; en el caso de los alumnos del 3er y 4to grado se grabará la edición del día sábado correspondiente a la famosa obra *Crimen y castigo* del renombrado escritor ruso Fedor Dostoievski que será estudiada en clase de acuerdo al horario del curso, de esta manera nos involucramos más con el fascinante mundo de la lectura de obras literarias a través de nuestro plan lector institucional.

**¿QUIÉN GANARÁ EN LAS OLIMPIADAS VALLEJANAS 2012?**

|         |          |
|---------|----------|
| PRIMERO | 0 (0%)   |
| SEGUNDO | 7 (100%) |
| TERCERO | 0 (0%)   |
| CUARTO  | 0 (0%)   |
| QUINTO  | 0 (0%)   |

Votos hasta el momento: 7  
Encuesta cerrada

**SÍGUENOS VALLEJIANO**

Entradas  
Comentarios

**ENTÉRATE VALLEJIANO**

Apple Google Microsoft terra  
el tiempo pura gua3.0 Tambogrande  
lengua española César Vallejo

La vida disciplinada y solitaria del jefe de

Web  
de la IE  
*César Vallejo*  
de  
Tambogrande  
– Piura

- *Escuchando Mi Novela favorita promovemos la lectura en Lambayeque*

La I.E.S. *San Martín* de Lambayeque, a cargo de la profesora Yonira Campos Díaz, el público objetivo lo constituyen los alumnos del 1º al 5º de secundaria. El presente proyecto surge a partir de una necesidad institucional, ya que se observa cada fin del año escolar, serias dificultades en la adquisición de capacidades para la comprensión lectora, por tal se pretende contribuir a mejorar los resultados en lo referente al Plan Lector, en la que están involucrados tanto los docentes como los alumnos.

Como bien sabemos la situación actual con respecto al interés por la lectura en nuestra institución es preocupante debido a que el alumno no se encuentra motivado por leer, no sienten interés por la lectura ya que les cuesta mucho aprender el proceso de lectura, y cuando ven los textos u obras literarias muchos se aburren, no les parece significativos, ni cercanos a su vida diaria y las actividades son muy escasas y de poco fomento de comprensión. No descubre que practicando la lectura enriquecen su vocabulario, mejora la ortografía y supera las dificultades para comprender los textos que leen.

- *Mi novela favorita un concurso en el VRAEM para fomentar la lectura*

Con la finalidad de afianzar el hábito de la lectura en los jóvenes estudiantes del Valle del Río Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM), en el año 2011 se desarrolló el concurso de lectura denominado *Mi novela favorita*, donde la participación masiva de los estudiantes generó gran expectativa en los ciudadanos y autoridades. El concurso promovido por el profesor Percy Fernández Puma, quien junto a estudiantes de la IE *Gervasio Santillana* de Sivia, Ayacucho, llevaron a cabo este evento todos los domingos a través de la radio *Tropicana*. El concurso consistió en que los estudiantes tienen que haber leído las obras que se transmitieron a través de RPP, nosotros los refrescamos la memoria con pasar una vez más por cada domingo y de allí se inicia el concurso a través del hilo telefónico, consta de 30 preguntas y semana por semana se va sumando nombre del estudiante y colegio al que pertenece. Indicaron además que esta actividad les otorga espacios de sana distracción alejándolos de los malos hábitos y males como es el mundo de las drogas. La

expectativa del concurso generó la atención por parte de las autoridades y empresa privadas quienes se sumaron para poder otorgar premios a los ganadores y participantes, como laptops y otros regalos. Los docentes de las diversas IE del VRAEM, fomentaron la participación de los jóvenes en este concurso.



Alumnas que participan en concurso educativo propiciado por Radio Tropicana

Fuente: Blog Juventud Ayacuchana

#### *MNF en IEP Peruano Suizo*

La I. E. *Peruano Suizo* de Lima, siempre está a la vanguardia educativa, se enlaza con el blog que RPP ha elaborado para la difusión de este Programa Educativo, creando incluso una web:

www.aniversuizo.blogspot.com

Programa  
"Mi novela favorita"

¿Quién Escribió El Caballero Carmelo?:

☐ A) César Vallejo  
☐ B) Enrique López Albuja  
☐ C) Augusto Salazar Bondi  
☐ D) Mario Vargas Llosa  
☐ E) Abraham Valdelomar

Si deseas profundizar tus conocimientos aquí tienes Series en Audio del programa "Mi novela favorita", presentado por el grupo RPP, que te ayudarán a ahondar tus conocimientos en literatura.

|                         |                             |                                |
|-------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| 1.-EL CABALLERO CARMELO | 2.-DON QUIJOTE DE LA MANCHA | 3.-EL DOCTOR JEKYLL Y MR. HYDE |
|                         |                             |                                |

|                           |                                |                            |
|---------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| 4.-LOS VIAJES DE GULLIVER | 5.-LAS AVENTURAS DE TOM SAWYER | 6.-LA GUERRA DE LOS MUNDOS |
|                           |                                |                            |

Fuente: Blog IEP Peruano Suizo

#### - Plan Lector para invidentes en el Centro Cultural Peruano Norteamericano

La Biblioteca del Centro Cultural Peruano Norteamericano de Arequipa, está impulsando el plan lector para niños, jóvenes y adultos invidentes, Este plan lector consiste en escuchar los comentarios del Premio Nobel Mario Vargas Llosa, sobre quince obras de la Literatura Universal finamente teatralizadas para la producción *Mi novela favorita* de Radio Programas del Perú. “Estamos seguros que novelas como *Tom Sawyer*, *El Caballero Carmelo*, *Robinson Crusoe*, *Moby Dick*, *Crimen y castigo*, entre otras, serán del total agrado de nuestros invitados quienes luego intercambiarán sus impresiones y redactarán un resumen que podrán imprimir en el sistema Braille”, indicó Martha Valencia, coordinadora de la Biblioteca del Cultural. Esta



instancia busca a través de este plan lector lograr que las personas con discapacidad visual tengan mayor acercamiento al mundo de la lectura.



Fuente: web del ICPNA

#### - Sala Para Invidentes Delfina Otero Villarán- BNP

La Sala para Invidentes *Delfina Otero Villarán* de la Biblioteca Nacional del Perú celebró su octavo año de funcionamiento. Con la conferencia denominada *Acceso a la lectura e información en personas con discapacidad visual*, en la que estuvo como ponente Alonso Alegría, director del programa educativo *Mi novela favorita*, se celebró el octavo aniversario de esta instancia. En el evento se dieron a conocer al público en general los diversos medios de acceso a la lectura con que cuentan actualmente las personas con discapacidad visual, tales como el sistema Braille, los libros hablados y los libros o textos digitales.





Alonso Alegría, director de *Mi novela favorita* en la conferencia *Acceso a la lectura e información en personas con discapacidad visual*.

Fuente: Biblioteca Nacional del Perú - BNP

#### - *Círculos de lectura en penal Miguel Castro Castro*

Durante el año 2010, los días martes de cada semana se llevaron a cabo círculos de lecturas en los diversos pabellones del *Establecimiento Penal Miguel Castro Castro*, con el objetivo de incentivar el hábito de la lectura en los internos. Estos eventos fueron posibles gracias al convenio INPE-Biblioteca Nacional del Perú (BNP) y el apoyo decidido de la *Fraternidad Carcelaria*. Los círculos de lectura se hicieron, en un primer momento, en base a las transmisiones radiales del programa *Mi novela favorita* de Radio Programas del Perú, durante los sábados y domingos al mediodía. Dichos programa fueron propalados a través de las bibliotecas y comentados el día martes de esa semana. Se comenzó con la novela *Colmillo blanco*, la cual fue comentada previamente y luego se leyeron algunos pasajes de la obra. Cada semana se trasladaban de pabellón en pabellón propiciando la promoción de la lectura en todo el penal.



Círculo de Lectura en penal Castro Castro

Fuente: BNP

### **Radio Programas del Perú**

Recopilando a varios autores, entre ellas distintas webs, se ha podido construir la historia de una de las radios más representativas del país, se trata de Radio Programas del Perú, que actualmente se constituye la emisora líder. Los peruanos pudieron escucharlo por vez primera el 7 de octubre de 1963. Nació con la integración de doce emisoras de provincias que aceptan ser los primeros eslabones de la cadena radial que hizo posible la transmisión simultánea a nivel nacional de Radio Programas del Perú, con el slogan " una sola voz para todo el país".

Radio Programas del Perú (RPP) es una red de emisoras de radio de Perú, perteneciente al Grupo RPP. Es la cadena radial de mayor cobertura en el Perú y una de las más importantes y sintonizadas del país, fundada por Manuel Delgado Parker. En un inicio, la programación era grabada en cinta magnética en varias copias que eran enviadas a cada provincia semanalmente, entonces a la misma hora todas las estaciones comenzaba a emitir los programas (de ahí el nombre de la emisora) grabados previamente y así se transmitía en simultáneo en todas las estaciones

Al poco tiempo empezó a producir sus propias radionovelas que eran muy populares, sobre todo en provincias. Hacia 1973, Radio Programas del Perú ya se encontraba entre las emisoras de mayor sintonía a nivel nacional. En 1978 se inicia en la estación de Lima el noticiero *La Rotativa del Aire*, en 1979 la edición nocturna. A partir de 1980 trabaja las 24 horas del día con un plantel periodístico en todas las regiones del Perú. Así, durante la década de 1980, Radio Programas se consolidó como una emisora 100% hablada, basada en el acontecer noticioso diario y la participación del público mediante sus llamadas telefónicas y vía microondas en la cadena radial de mayor cobertura del país.

En 1997 cambia su identificación por la sigla RPP, que son las iniciales de su nombre y se le agrega *Noticias*, el concepto temático que más se aborda en sus transmisiones. Su sitio web, [www.rpp.com.pe](http://www.rpp.com.pe), se inició el 20 de noviembre de 1996. En el 2000, se relanzó como un portal noticioso multimedia, formato que mantiene hasta la fecha. En noviembre de 2011, la Sociedad Española de Radiodifusión - SER otorgó a RPP el *Premio Ondas Iberoamericano 2011* como la mejor radioemisora de la región en la 58ª edición de los *Premios Ondas* en España. RPP Noticias actualmente cubre con sus retransmisoras el 98% del territorio peruano, emite servicios noticiosos regionales en las principales ciudades y desde 2011 posee su propio canal de televisión por cable: RPP TV5 conformando con el portal de Internet, una completa plataforma informativa. En el transcurso de 50 años, Radio Programas del Perú ha crecido y se ha convertido en el Grupo RPP que tiene además, radioemisoras de alcance nacional con programaciones especializadas.

Mas el proyecto apuntaría a otros objetivos. “No es propiamente un canal de noticias, es una central de contenidos que se canalizan en distintas plataformas: internet, radio y televisión. La programación será compartida hasta las 2 de la tarde y después se diferenciarán los contenidos, salvo los noticieros”, dice un colaborador cercano de la familia y al proyecto televisivo. Pero ¿cómo ha llegado RPP a este punto?, afirmaba Hugo Delgado Nachtigall, actual presidente de directorio del Grupo RPP. Así, RPP ha pasado en los

últimos 12 años de tener una sola estación de radio de carácter informativo a contar también con toda una cartera de radios de entretenimiento, con contenido de Internet, con publicaciones e incluso con empresas de marketing directo y promociones.

Navarro (2014:18), nos comenta lo siguiente: “La mayor fortaleza [de RPP] es la credibilidad. Se ha ganado [a lo largo] del tiempo con el trabajo serio de miles de reporteros que han salido de nuestros estudios hasta las más recónditas localidades de nuestro país en busca de la noticia”. En el 2013 Radio Programas del Perú cumplió 50 años de existencia, actualmente cuenta con más de 8 millones de radioescuchas a la semana.

### **Tecnologías de la Información y Comunicación en la Educación – TIC**

Antes de entrar a desarrollar acerca de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), debemos hacer la diferencia con las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC). Algunos autores los dan como términos sinónimos, mientras otros marcan la diferencia. He aquí algunos aspectos a distinguir:

Robles (2014:66) establece la diferencia entre las NTIC y las TIC, para él las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTIC) son la evolución de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC); el término “nuevas” se les asocia, fundamentalmente porqué en todas ellas se distinguen transformaciones que erradican las deficiencias de sus antecesoras y por su integración como técnicas interconectadas en una nueva configuración física. Este planteamiento permite calificar como “nuevas” a las tecnologías como el vídeo, la televisión y la informática (TIC). (A pesar de no ser nuevas –desde un punto de vista temporal) ya que al añadir el resto de las piezas en juego (información y comunicación) las dota de un nuevo contenido comunicativo.

La denominación de “nueva” ha traído no pocas discusiones y criterios encontrados, al punto que muchos especialistas han optado por llamarles simplemente Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aspecto razonable cuando comprobamos que muchas de ellas son realmente antiguas,

como el teléfono que data de 1876, es decir del siglo antepasado. Lo que no puede perderse de vista es que el término “nueva” se les asocia fundamentalmente porque en todas ellas se distinguen transformaciones que erradican las deficiencias de sus antecesoras y por su integración como técnicas interconectadas en una nueva configuración física. Las tecnologías están en constante evolución, lo que hoy son nuevas, para serán tecnologías antiguas, por ese motivo usar los términos Nuevas Tecnologías no serían coherentes con el avance vertiginoso e imparable de la ciencia. Continuando con Robles (2014), también nos comenta las razones para el empleo de las TIC en detrimento de las NTIC:

Ante eso, se ha optado por el término TIC, con independencia de cualquier característica temporal o innovadora. Detrás de este asunto también se esconde un problema complejo. La brecha digital es difícil de controlar y corregir, algunos han querido maquillarla dándole bombo y platillo a estas siglas, cuando hay una herida abierta, no es suficiente con un apósito externo. En realidad, la cuestión fundamental no es de siglas sino de igualdad de oportunidades en el acceso a los nuevos medios, ya hay investigaciones que lo ponen de manifiesto. La alarma ha sonado. El desarrollo de la Sociedad de la Información está marcando diferencias entre unos ciudadanos y otros. Si no se pone remedio, esa brecha será cada vez mayor y estaremos ante una nueva asignatura pendiente de la sociedad digital.

### *Conceptos sobre TIC*

Varios autores abordan este concepto, desde sus perspectivas nos dan luces para entender las TIC:

*Tabla 3: Conceptos sobre Tecnología de la Información y Comunicación*

|                    |  |
|--------------------|--|
| Castells<br>(1997) | Por tecnologías de la información se puede entender, al conjunto convergente de tecnologías derivadas del avance de la microelectrónica, la informática (máquinas y software) y las telecomunicaciones (televisión, radio y optoelectrónica).  |
| Cabero<br>(2000)   | En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas”. |

|  |   |
|--|---|
| UNESCO   | El conjunto de disciplinas científicas, tecnológicas, de ingeniería y de técnicas de gestión utilizadas en el manejo y procesamiento de la información, sus aplicaciones; las computadoras y su interacción con hombres y máquinas; y los contenidos asociados de carácter social, económico y cultural.  |
| Negroponte (1995)  | “Lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es el carácter central del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. Los usuarios y los creadores pueden convertirse en los mismos, de este modo, los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, como en el caso de Internet. Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción. Así, los ordenadores, los sistemas de comunicación y la decodificación y programación genética son todos amplificadores y prolongaciones de la mente humana”. |
| Asociación Americana de las Tecnologías de la Información- ITAA. | Las TICS son una parte de las tecnologías emergentes que habitualmente suelen identificarse con las siglas TIC y que hacen referencia a la utilización de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información o procesos de formación educativa. Estas se encargan del estudio, desarrollo, implementación, almacenamiento y distribución de la información mediante la utilización de hardware y software como medio de sistema informático.  |

Todos los autores referidos coinciden que las TIC son un conjunto interconectado de tecnologías y sistemas informáticos que requieren del aporte científico para darle una nueva dimensión, cuya evolución es en forma progresiva. Necesitan también de la retroalimentación, para que tenga un sentido comunicativo y se distinga del informativo.

Pero es importante destacar el aporte de Castells (1997:37):

La primera característica es que la información es su materia prima; son tecnologías para actuar sobre la información, no sólo información para actuar sobre la tecnología, como era el caso en las revoluciones tecnológicas previas....El paradigma de la tecnología de la información no evoluciona hacia su cierre como sistema, sino hacia su apertura como una red multifacética. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su

desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador, la complejidad y la interconexión.

Su materia prima es lo que diferencia a las mal llamadas novedades, su aporte integrador y la superioridad del aspecto informativo que prima y prácticamente le da sentido. No son tecnologías frías, son avances con vida propia, que cumplen un ciclo evolutivo y más allá.

#### *Aplicaciones y efectos de las TIC*

Pedrero (2011:328) y Cabero (2007:40) expresan que las TIC se aplican en infinidad de campos con el fin de mejorar el bienestar social. Es una realidad que no podemos dejar al margen ya que afecta a todos los campos de nuestra existencia. Así a nivel social, económico, político y educativo. En casi todas las actividades humanas, lo que se busca es la alta productividad a unos bajos costes. Por ello, es necesaria la alfabetización digital de todos los ciudadanos, para que puedan adaptarse a las nuevas formas de organizar el trabajo.

#### *Características de las TIC*

Las características que diferentes autores especifican como representativas de las TIC, recogidas por Cabero (1998:41), son:

Inmaterialidad. En líneas generales podemos decir que las TIC realizan la creación el proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos.

- Interactividad. La interactividad es posiblemente la característica más importante de las TIC para su aplicación en el campo educativo. Mediante las TIC se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.
- Interconexión. La interconexión hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías.
- Instantaneidad. Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la

comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

- Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido. El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido facilitado por el proceso de digitalización.
- Digitalización. Su objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones, etc.) pueda ser transmitida por los mismos medios al estar representada en un formato único universal.
- Mayor Influencia sobre los procesos que sobre los productos. Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de la TIC presente una influencia sobre los procesos mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos.
- Penetración en todos los sectores El impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta. Los propios conceptos de "la sociedad de la información" y "la globalización", tratan de referirse a este proceso. Así, los efectos se extenderán a todos los habitantes, grupos e instituciones conllevando importantes cambios, cuya complejidad está en el debate social hoy en día (Beck, 1998, pag. 38).
- Innovación. Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios.
- Tendencia hacia automatización. La propia complejidad empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales. La necesidad de disponer de información estructurada hace que se desarrollen gestores personales o



corporativos con distintos fines y de acuerdo con unos determinados principios.

- Diversidad. La utilidad de las tecnologías puede ser muy diversa, desde la mera comunicación entre personas, hasta el proceso de la información para crear informaciones nuevas.

Todas estas características le dan un sentido a las TIC, más allá de comportarse como aparatos, son medios de comunicación modernos, que se abren o se adaptan a las nuevas realidades, para cumplir su rol informativo, comunicativo y educativo.

#### *TIC en cifras*

El Parlamento Andino (2013:2), nos menciona algunas cifras respecto a las TIC: De los 600 millones de usuarios de dispositivos móviles que tiene Latinoamérica, solo 65 millones (11%) tienen conexión a voz y a datos. La proyección es que para el año 2015 esos mismos 600 millones tengan todos los servicios de conectividad. En 2009 en AL, de cada 15 teléfonos móviles que se vendían uno era inteligente, en 2011 esta proporción será de 5 a 1. Igualmente, según *America Movil* para el año 2015, cerca de 400 millones de latinoamericanos tendrán un Smartphone debido a que el boom en el uso de datos móviles bajará el costo de los dispositivos.

En la última década, el crecimiento en la penetración inalámbrica en Latinoamérica fue cuatro veces la de Europa y 3,5 veces la de EEUU. De acuerdo a *America Movil*, la enorme brecha que separa a Latinoamérica de EEUU y Europa se está rompiendo con la penetración móvil en Latinoamérica. En la última década, el crecimiento en la penetración inalámbrica en Latinoamérica fue cuatro veces la de Europa y 3,5 veces la de EEUU. La enorme brecha que separa a Latinoamérica de EEUU y Europa se está rompiendo con la penetración móvil en la región. El tráfico IP está creciendo más rápidamente en Latinoamérica que en otra parte del Mundo, seguido por Oriente Medio y África. El tráfico en la región latinoamericana crecerá a una tasa acumulativa anual de crecimiento de 50% entre 2010 y 2015.

Es contundente crecimiento que tiene el comercio electrónico en Colombia (de 40 a 45% anual), lo que significó en el 2010 cerca de 600

millones de dólares en transacciones. Se pronostica que en Colombia, en el 2011, las compras por Internet subirán a 850 millones de dólares. Esto se debe a que, a través de Internet, el usuario encuentra información detallada y las mejores ofertas, y tiene la oportunidad de comparar precios sin ninguna presión y la posibilidad de comprar desde su casa, además de contar con la seguridad y confianza de realizar transacciones electrónicas a través de un sistema de pago sin tener inconvenientes.

En términos de competitividad, muchos países han experimentado una significativa mejora. México por ejemplo ha escalado 8 posiciones, Perú 6, Bolivia 5, Brasil 5, Panamá 4, Ecuador 4, Argentina 2, Barbados y Uruguay 1 posición. El resto de los países se han mantenido estable como es el caso de Colombia o han registrado pequeños descensos. Las caídas más significativas las han registrado países de América Central como Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Jamaica, especialmente por las condiciones de seguridad. Algo similar pasa con Venezuela y República Dominicana. La consultora *ComScore*, publicó un informe titulado: *El crecimiento de redes sociales en América Latina*, dónde se analiza la fuerte incidencia de estas páginas en la región. De los diez países del mundo con mayor promedio de permanencia en redes sociales, cinco son latinoamericanos.

Apreciamos, en las cifras arriba mencionadas, que la penetración de las TIC tiene un fuerte impacto en nuestra región; las mismas que inciden en la brecha digital que comentábamos anteriormente, pero vemos que más que una moda la incidencia de las TIC es una necesidad; de estar comunicados y para hacerlo debemos emigrar a los nuevos soportes que nos ofrecen las tecnologías de la información y comunicación.

*En cuanto a la legislación sobre las TIC en el Perú:*

La Constitución del Perú establece en el artículo 2° que “toda persona tiene derecho a que los servicios informáticos, computarizados o no, públicos o privados, no suministren informaciones que afecten la intimidad personal y familiar.” De igual manera, el artículo 10° habla sobre el secreto y la inviolabilidad de la información y documentos privados: “las comunicaciones, telecomunicaciones o sus instrumentos sólo pueden ser abiertos, incautados,

interceptados o intervenidos por mandamiento motivado del juez, con las garantías previstas en la ley. Se guarda secreto de los asuntos ajenos al hecho que motiva su examen. Los documentos privados obtenidos con violación de este precepto no tienen efecto legal.”

“Los libros, comprobantes y documentos contables y administrativos están sujetos a inspección o fiscalización de la autoridad competente, de conformidad con la ley. Las acciones que al respecto se tomen no pueden incluir su sustracción o incautación, salvo por orden judicial.” Finalmente, en el artículo 14° establece el “deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país.”

El uso de las nuevas tecnologías permite la creación de los nuevos medios de comunicación, aquellos que son creados por los propios usuarios. Hasta ahora nos movemos en tres grandes conceptos: software libre, nuevos medios sociales de comunicación y las nacientes plataformas abiertas. Lo que nos conduce a un cuarto paradigma el de muchas computadoras para muchas personas, es decir, muchas personas interactuando entre ellas (web social) por medio redes abiertas, cada vez más inteligentes (web semántica) y, a su vez, con resultados más inteligentes (súper inteligencia colectiva) con una incidencia creciente en la vida social, política y cultural.

Hoy estamos ante el surgimiento de un nuevo paradigma que incluye la participación activa en las decisiones del planeta de los usuarios, va a incluir las estructuras cooperativas de trabajo y la ampliación de relaciones profundas entre humanos. Pienso que el control omnipotente, omnipresente u omnisciente de una máquina, de un sistema o de una plataforma no encaja con los nuevos tiempos que se avecinan de un mundo más socializado y colaborativo y que lentamente se irá deshaciendo de la ideología individualista, de la competencia y del control absoluto de todo

#### *TIC en el campo educativo*

Mucho se ha dicho sobre la importancia y uso de las TIC en el campo educativo. Actualmente es una realidad por lo que su uso debe democratizarse en todos los centros educativos pues la sociedad lo demanda. Al respecto Herminia Azinian (2009, pag.15) sustenta lo siguiente:

La ampliación de los escenarios educativos es posibilitada por las TIC y en particular por medios como la Internet o la radio digital cuando se desea trabajar sin que los factores espacio temporales constituyan un obstáculo. En este caso, se utilizan las TIC como medios de comunicación y como soporte de materiales, con el fin de facilitar la interacción entre las personas y con los recursos.

El impacto de esta nueva sociedad en el mundo educativo se está haciendo sentir con fuerza. Si las nuevas tecnologías están creando una nueva sociedad, la enseñanza se encuentra ante un nuevo reto, ya que su función es formar a una ciudadanía autónoma y responsable para la sociedad, y si ésta cambia habrá que pensar cómo deberá cambiar la educación para seguir cumpliendo su función. Es por eso, que las instituciones educativas deben integrar los nuevos instrumentos tecnológicos, afrontar la formación, actualizar los conocimientos y las actitudes de los profesores.

Castañeda (2011:69) también se refiere a este fenómeno al hablar de las nuevas tecnologías de la información (Internet, CD-ROM, realidad virtual, etc.) crean una cultura propia, ya que influyen en la construcción social de nuestra mente. Une fragmentos de espacios y de tiempos inconexos y dispersos circulando a velocidad luz por las redes mundiales: cibercultura o cultura de la virtualidad. La cibercultura nos pone en contacto por una parte con las nuevas tecnologías y por otra, con formas de pensar y vivir la cultura. Se trata pues de la llamada cibercultura, de la que trataremos más adelante. Antes nos detenemos y hablaremos sobre las TIC, las ventajas que presenta y también sus desventajas e influencia en la educación.

Tabla 4: Ventajas y desventajas del aprendizaje

| APRENDIZAJE  |   |
|--|---|
| VENTAJAS   | DESVENTAJAS   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aprendizaje cooperativo.</b> Los instrumentos que proporcionan las TICs facilitan el trabajo en grupo y el cultivo de actitudes sociales ya que propician el intercambio de ideas y la cooperación.</li> <li>• <b>Alto grado de interdisciplinariedad.</b> Las tareas educativas realizadas con computadoras permiten obtener un alto grado de interdisciplinariedad ya que el computador debido a su versatilidad y gran capacidad de almacenamiento permite realizar diversos tipos de tratamiento de una información muy amplia y variada.</li> <li>• <b>Alfabetización tecnológica (digital, audiovisual).</b> Hoy día aún conseguimos en nuestras comunidades educativas algún grupo de estudiantes y profesores que se quedan rezagados ante el avance de las tecnologías, sobretodo la referente al uso del computador. Por suerte cada vez es menor ese grupo y tienden a desaparecer.<br/>Dada las necesidades de nuestro mundo moderno, hasta para pagar los servicios (electricidad, teléfono, etc) se emplea el computador, de manera que la actividad académica no es la excepción.<br/>Profesor y estudiante sienten la necesidad de actualizar sus conocimientos y muy particularmente en lo referente a la tecnología digital, formatos de audio y video, edición y montaje, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado que el aprendizaje cooperativo está sustentado en las actitudes sociales, una sociedad perezosa puede influir en el aprendizaje efectivo.</li> <li>• Dado el vertiginoso avance de las tecnologías, éstas tienden a quedarse descontinuadas muy pronto lo que obliga a actualizar frecuentemente el equipo y adquirir y aprender nuevos software.</li> <li>• El costo de la tecnología no es nada despreciable por lo que hay que disponer de un presupuesto generoso y frecuente que permita actualizar los equipos periódicamente. Además hay que disponer de lugares seguros para su almacenaje para prevenir el robo de los equipos.</li> </ul> |

En cuanto al aprendizaje, las TIC benefician el aprendizaje cooperativo, el alto grado de interdisciplinariedad y la alfabetización tecnológica. Se muestran inconvenientes como la pereza de parte de la sociedad, el vertiginoso avance de la tecnología que obliga a estar en constante modificación y el costo que demanda estas actualizaciones.

Tabla 5: Ventajas y desventajas de los profesores

| PROFESORES   |  |
|--|--|
| VENTAJAS   | DESVENTAJAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Alto grado de interdisciplinariedad.</b> Hoy día, el docente tiene que saber un poco de cada cosa, desde el punto de vista instrumental y operacional (conexión de equipos de audio, video, etc) manejo y actualización de software, diseño de páginas web, blog y muchas cosas más. El docente podrá interactuar con otros profesionales para refinar detalles.</li> <li>• <b>Iniciativa y creatividad.</b> Dado que el docente viene trascendiendo del ejercicio clásico de la enseñanza al modernismo, ese esfuerzo demanda mucha iniciativa y creatividad.<br/>No hay nada escrito..., la educación del futuro se está escribiendo ahora y tenemos el privilegio junto con nuestros alumnos, de ser los actores y de escribir la historia.</li> <li>• <b>Aprovechamiento de recursos.</b> Hay fenómenos que pueden ser estudiados sin necesidad de ser reproducidos en el aula. Muchas veces con la proyección de un video o el uso de una buena simulación, pueden ser suficientes para el aprendizaje. Por otro lado, el uso del papel se puede reducir a su mínima expresión reemplazándolo por el formato digital. En estos momentos, una enciclopedia, libros e informes entre otros, pueden ser almacenados en un CD o pen drive y pueden ser transferidos vía web a cualquier lugar donde la tecnología lo permita.</li> <li>• <b>Aprendizaje cooperativo.</b> El profesor aprende con sus estudiantes, profesores con profesores, gracias a la cooperación y trabajo en equipo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es necesario la capacitación continua de los docentes por lo que tiene que invertir recursos (tiempo y dinero) en ello.</li> <li>• Frecuentemente el Profesor se siente agobiado por su trabajo por lo que muchas veces prefiere el método clásico evitando de esta manera compromisos que demanden tiempo y esfuerzo.</li> <li>• Hay situaciones muy particulares donde una animación, video o presentación nunca pueden superar al mundo real por lo que es necesario la experimentación que solo se logra en un laboratorio o aula de clases bien equipada.</li> </ul> |

Para los docentes las TIC presentan como virtudes: el alto grado de interdisciplinariedad, la iniciativa y creatividad, el aprovechamiento de recursos y el aprendizaje cooperativo. Entre las limitaciones figuran que se debe invertir en capacitación continua, angustia y sobreesfuerzo en aprender lo novedoso, lo virtual nunca puede igualar a la realidad.



Tabla 6: Ventajas y desventajas de los estudiantes

| ESTUDIANTES  |  |
|--|--|
| VENTAJAS   | DESVENTAJAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Aprovechamiento del tiempo.</b> El estudiante puede acceder a la información de manera casi instantánea, puede enviar sus tareas y asignaciones con solo un "clic". Puede interactuar con sus compañeros y profesor desde la comodidad de su casa o "ciber" haciendo uso de salas de chat y foros de discusión. El profesor puede publicar notas, anotaciones, asignaciones y cualquier información que considere relevante, desde la comodidad de su casa u oficina y de manera casi instantánea por medio de su blog o página web. En caso de no disponer de tiempo o equipo instrumental adecuado, el profesor puede mostrar el fenómeno en estudio empleando alguna simulación disponible.</li> <li>• <b>Aprendizaje cooperativo.</b> Los estudiantes aprenden con su profesor y los estudiantes pueden aprender entre ellos, gracias a la cooperación y trabajo en equipo.</li> <li>• <b>Motivación e interés.</b> Los chicos hoy día poseen destrezas innatas asociadas con las nuevas tecnologías por lo que de forma muy natural, aceptan y adoptan el uso del computador en sus actividades de aprendizaje; prefieren la proyección de un video ante la lectura de un libro. Los chicos confiesan estar muy motivados porque tienen acceso a un gran volumen de información actualizada. Por otro lado, el profesor se siente comprometido con su actividad docente por lo que se hace imperativo la actualización de su conocimiento, sobre todo cuando se contagia del entusiasmo de sus estudiantes.</li> <li>• <b>Desarrollo de habilidades en la búsqueda de la información.</b> Hasta hacen apenas unas décadas, toda una tarde de consulta en la biblioteca, no era suficiente para encontrar la información buscada. Hoy día basta con pocos minutos para saturarnos de información muchas de ellas inútiles o repetidas. Es necesario desarrollar habilidades para seleccionar adecuadamente la información útil y filtrar lo inútil para quedarnos con una cantidad de información que podamos procesar.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dada la cantidad y variedad de información, es fácil que el estudiante se distraiga y pierda tiempo navegando en páginas que no le brinde provecho. El estudiante puede perder su objetivo y su tiempo.</li> <li>• Si los compañeros son "flojos", puede que el aprendizaje cooperativo no se consolide.</li> <li>• El interés al estudio pueda que sea sustituido por la curiosidad y exploración en la web en actividades no académicas tales como diversión, música, videos, etc.</li> <li>• Dada la cantidad, variedad e inmediatez de información, los chicos puedan sentirse saturados y en muchos casos se remiten a "cortar y pegar" información sin procesarla.</li> </ul> |

Los alumnos encuentran en las TIC muchos aspectos positivos como el aprovechamiento del tiempo, el aprendizaje cooperativo, la motivación e interés, desarrollo de habilidades en búsqueda de información. Pero también se presentan algunos inconvenientes en su uso como que son distracciones y producen pérdida de tiempo, el aprendizaje cooperativo es dependiente de los demás, la exploración de actividades no académicas y la saturación de información.

### *Cibercultura*

La época actual está caracterizado por el uso de la computadora y de las redes informáticas, pero esto no se dio de un momento a otro, fue un largo proceso cuyo antecedente se remonta en la teoría cibernética de Wiener, quien guiado por la *teoría de la información* de Sierra Caballero y en la novela de ciencia-ficción *Neuromancer* de William Gibson (1984), en la que por primera vez se usa el ciberespacio y las correspondientes metáforas sobre la nueva sociedad, ello citado por Víctor Manuel Marí Sáez (1999:50) quien menciona que el precursor de las expresiones con el prefijo *ciber* es Gibson:

El ciberespacio es una alucinación consensual, una representación gráfica en el sistema humano de los datos extraídos de cada computadora; es una red de información global computarizada que Gibson, llama *matrix* a la que los operadores pueden acceder a través de un terminal de ordenador. Los exploradores de la red se enchufan en el cerebro un chip llamado *stim*, que permite experimentar las vivencias de los otros en tiempo real. El punto álgido de esta experiencia consiste en arrojarse al ciberespacio, a una alucinación colectiva en tiempo real.

El ciberespacio sería una desvariación de nuestros sentidos fomentada por la conexión del cerebro a los medios digitales, lo que nos lleva a intervenir en experiencias de otros individuos. Sin duda, la cibercultura ejerce una inmensa fascinación de la que pocos desean alejarse.

### *Educomunicación*

En la educomunicación se fusionan la educación y la comunicación, entidades que realizan una especie de simbiosis para lograr su cometido social. En la actualidad la educación debe adaptarse a los nuevos medios y sus características de interactividad y volatibilidad, mientras que la comunicación debe profundizar en su quehacer para cumplir con una de sus funciones a cabalidad.

Castañeda (2011:28) cita a Mar de Fontcuberta (2014:16) quien expresa que la educomunicación y la comunicación son dos conceptos interrelacionados. Manifiesta que la educación tiene que responder a desafíos, tales como: las nuevas formas de conocer; la complejidad social caracterizada por la incertidumbre; la contradicción y la cultura derivada de los medios con los que comparte el tiempo. Considera necesario analizar la relación entre los medios y la educación para saber, por una parte, lo que significa gestionar el



conocimiento. Y por otra, para conocer la función de los medios en la sociedad actual. Así el conocimiento está caracterizado por construirse individualmente, ser intencional, depender de la voluntad del sujeto y de la predisposición para participar del proceso de enseñanza-aprendizaje. La función de los medios es la de puentes entre la enseñanza y el aprendizaje. Pasan de ser transmisores de información a fuente de conocimiento, de ahí que la integración de las TIC en los centros educativos y la formación a los ciudadanos permita a comunicadores y educadores superar sus diferencias.

Se dice que la escuela educa en conocimientos, actitudes y valores; basándonos en el concepto de educomunicación, podíamos decir que los medios deben aplicar similares esfuerzos en su función educativa. A decir de María Teresa Quiroz (2010) quien defiende que la incorporación de Internet ha supuesto que los chicos aprendan dentro y fuera de la escuela. El conocimiento, las actitudes, las normas y los valores no se administran y se limitan exclusivamente al contexto educativo, sino a entornos tecnológicos, en los que los sujetos pueden interaccionar y constituir una comunidad de aprendizaje.

Para Guillermo Orozco (1996:36) la educación no es producto sólo de la enseñanza y de la escolarización, sino de las —interacciones y encuentros, sobre todo de descubrimientos y exploraciones de los propios alumnos. Así la interacción de los sujetos con las diferentes pantallas y plataformas requiere la exploración creativa de éstos, lo que implica que estén siempre con la posibilidad de aprender y de educarse, de ahí la educación para toda la vida. Se abandona el paradigma del aprendizaje por imitación, memorización y repetición, por el aprendizaje por ensayo-error y descubrimiento creativo propio de la lógica de las tecnologías actuales.

Diversos estudios señalan que los profesores están desactualizados en el uso de los medios interactivos, por ello la deficiencia en el aprovechamiento de su uso. Compartimos con María Teresa Quiroz por una parte, que las TIC amplían el conocimiento de las personas influyendo en su forma de pensar y de ser. Y por otra, que los problemas de la escuela no provienen de la introducción de las TIC sino del tipo de comunicación que adoptan los profesores, en su

mayoría vertical, de uno a todos y no abierta al exterior. Del rol que adopta el profesorado (transmisor o facilitador de medios) dependerá que se consideren a las TIC como medios o como herramientas.

El establecimiento de ambientes de comunicación basados en el diálogo es uno de los retos de la educación actualmente, ya que los alumnos deben ser capaces de interactuar con los medios y construir un conocimiento colectivo. La escuela no solo debe ser formadora sino también enseñar a analizar y despertar el sentido crítico hacia los medios. Otra realidad es que los alumnos aprenden más por experiencias y de los estímulos de su entorno que a través de sus profesores, pero ese aprendizaje debe ir acompañado de un juicio crítico adecuado.

#### *Modelos de educomunicación*

Para poderla estudiar apropiadamente, la educomunicación se ha dividido de la siguiente manera, según Castañeda (2011:16):

- Primer modelo: Los que enseñan la tecnología de los medios (vídeo, radio o Internet) con el objetivo de formar técnicos.
- Segundo modelo: Los educomunicadores que utilizan técnicas de *—rol playing*, simulando ser un periodista, un director de cine o un presentador de radio o de televisión. Este modelo es muy útil para realizar una propuesta desmitificadora, gracias a la cual se hacen visibles los estereotipos dominantes y se construyen otros modelos y formas de organizar los elementos de los medios.
- Tercer modelo: Los educomunicadores quienes analizan los medios desde sus contenidos hasta sus audiencias.
- Cuarto modelo: Se integran planteamientos de los tres modelos anteriores.

Aunque existen críticas hacia esta taxonomía como que se dejan olvidadas competencias tales como, la gestión de acciones comunicativas, la organización de los grupos en contextos reales y virtuales y el conocimiento de las dinámicas que se dan en el ciberespacio en relación con los contextos reales. Dichas competencias son las que se le exige al educomunicador del siglo XXI, en definitiva, conocer las diferentes dinámicas de organización social

que se establecen en la red, un mediador en los procesos interactivos de la comunicación, capaz de desarrollar un pensamiento crítico ante los mensajes que emiten los medios y de ayudar a esclarecer la visión que nos dan del mundo que nos rodea. Concordamos con ello para decir que existen capacidades comunicativas que han sido olvidadas y que son necesarias para el educador de hoy, con características propias de la época.

### *La educación y la comunicación*

La educación se ha valido del empleo de las nuevas tecnologías, en una primera etapa, de la televisión, del teléfono hasta de la radio, luego de la computadora, para después migrar a adelantos más sofisticados. Finalmente utiliza al internet y todas sus bondades para lograr su cometido.

Castañeda (2011:17) indica que la educación surge en un primer momento como reacción contra los modelos de comunicación dominantes en los estados neoliberales y contra la sociedad de consumo. Pasando luego a un segundo momento donde se desempeña como un movimiento no articulado para el análisis de empresas, medios y mensajes con una variedad de tecnologías creándose luego mensajes en el proceso comunicativo. Actualmente también incluye al Internet, llegando a ser un medio de comunicación, ya que todos podemos ser emisores y receptores. También se señala a educadores como Roberto Aparici (2010:55), quien define la educación como la interrelación entre la educación y la comunicación considerándola como la educación para la comunicación. La educación para la enseñanza de los a través de la Web 2.0, incluso ahora la Web 3.0, que hace posible que seamos capaces de producir mensajes en forma interactiva. Para ello se considera que a los emisores debe dotársele de nuevas capacidades, acordes al entorno digital que progresivamente van apareciendo.

De las dos maneras debe llegarse a un acuerdo en torno a la utilidad de las herramientas de comunicación y la educación, para que se pueda aprovechar al máximo su potencialidad educativa. En sus orígenes la educación se centró en analizar de forma aislada los medios tales como, la televisión, la radio, el cine y la prensa, caracterizados todos ellos por ser analógicos, unidireccionales, lineales, con un lenguaje propio y en los que

el público era un receptor, que leía el texto y como mucho enviaba emails si la Web en la que se colgaban lo permitía. En definitiva, la educomunicación se integra en el contexto de la cultura digital y móvil caracterizada por la interactividad, la participación y las redes sociales.

### **2.2.12 La educación en el Perú**

La educación es abordada por diversas vertientes, pero todas coinciden en que es fundamental para el desarrollo de la persona tanto en el aspecto cognoscitivo como en el psicológico, emocional y social. A continuación damos algunos conceptos.

#### *Definición de educación*

Los autores García y Medina (1986:65) conceptualizan a la educación: “Como un proceso personal que depende en primer lugar de las condiciones y actividad del sujeto que se educa, la educación se encuentra condicionada por las características sociales en que se desenvuelve la vida humana.”

Delors (1996:7) se refiere a ella como:

Es un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de toda la vida, lo cual implica que la educación es un emprendimiento humano que no comienza ni termina con el espacio educativo institucional, sino que también se desarrolla en diferentes ámbitos de la sociedad.

La educación es un proceso, es decir, un conjunto de actividades coordinadas con un objetivo determinado. El contexto en el que se encuentre el individuo es muy importante para este proceso así como la naturaleza de las labores que desempeña.

Es importante recurrir a datos de la realidad nacional ya que la variable aprendizaje de las capacidades comunicativas del Área de Comunicación se sustenta en la legislación peruana, por ello recurrimos a la Ley General de Educación 28044-03 que en su artículo 2º nos dice respecto lo siguiente:

La educación es un proceso de aprendizaje y enseñanza que se desarrolla a lo largo de toda la vida y que contribuye a la formación integral de las personas, al pleno desarrollo de sus potencialidades, a la creación de cultura, y al desarrollo de la familia y de la comunidad nacional, latinoamericana y mundial. Se desarrolla en instituciones educativas y en diferentes ámbitos de la sociedad.

La educación no solo se lleva a cabo en un determinado momento, también se da a lo largo de la existencia del sujeto a educar y en los diferentes ámbitos donde se desenvuelve, como la casa, la escuela misma, el trabajo, el

grupo social, etc. Con la educación se mejoran las capacidades del educando y a partir de estas aptitudes el individuo aporta a su entorno

### **Organización del Sistema Educativo Peruano**

La Ley N° 28044, en su artículo 28° señala como se divide la Educación Peruana: el sistema educativo peruano se divide en: Educación Básica y Educación Superior.

#### *Educación Básica*

La Educación Básica está destinada a favorecer el desarrollo integral del estudiante, el despliegue de sus potencialidades y el desarrollo de capacidades, conocimientos, actitudes y valores fundamentales que la persona debe poseer para actuar adecuada y eficazmente en los diversos ámbitos de la sociedad. Con un carácter inclusivo atiende las demandas de personas con necesidades educativas especiales o con dificultades de aprendizaje.

La Educación Básica se organiza en:

- Educación Básica Regular (EBR): Nivel inicial, primaria y secundaria.
- Educación Básica Alternativa (EBA): Intermedio y avanzado
- Educación Básica Especial (EBE): Con discapacidad y superdotados.
- Educación Básica a Distancia (EBD)

#### *Educación Superior*

La Educación Superior es la segunda etapa del Sistema Educativo que consolida la formación integral de las personas, produce conocimiento, desarrolla la investigación e innovación y forma profesionales en el más alto nivel de especialización y perfeccionamiento en todos los campos del saber, el arte, la cultura, la ciencia y la tecnología a fin de cubrir la demanda de la sociedad y contribuir al desarrollo y sostenibilidad del país.

La Educación Superior se divide:

- Educación Superior No Universitaria: Centros Técnicos Productivos (CETPROS), Instituciones Superiores Tecnológicas, Educación Superior Pedagógica y las Instituciones Superiores Artísticas

- Educación Superior Universitaria : Pregrado y el postgrado (maestría y doctorado).

### Diseño Curricular Básico Nacional

El Diseño Curricular Nacional (DCN) asume los fines orientadores de la Educación, así como sus principios: ética, equidad, inclusión, calidad, democracia, interculturalidad, conciencia ambiental, creatividad e innovación. Sintetiza las intenciones educativas y contiene los aprendizajes previstos que todo estudiante de Educación Básica Regular debe desarrollar. Da unidad y atiende al mismo tiempo a la diversidad de los alumnos.

“El Diseño Curricular Nacional de la Educación Básica Regular tiene una perspectiva humanista y moderna, toma en cuenta la centralidad de la persona, considera la diversidad de nuestro país, las tendencias pedagógicas actuales y los avances incesantes del conocimiento, la ciencia y la tecnología”

### Áreas del currículo de la Educación Básica Regular

El Diseño Curricular Nacional está organizado en áreas que se complementan para garantizar una formación integral. Las áreas deben considerar la diversidad del país y de los estudiantes, de manera tal que el docente logre programar considerando que hay capacidades, conocimientos y actitudes que se pueden ir desarrollando paulatina e independientemente del área misma.

Tabla 7: Diseño de Educación Básica Regular

| PLAN DE ESTUDIOS DE LA EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR |  |                    |                     |    |    |    |    |    |                                       |    |    |    |    |
|---|--|--------------------|---------------------|----|----|----|----|----|---------------------------------------|----|----|----|----|
| NIVELES   | Educación Inicial  |                    | Educación Primaria  |    |    |    |    |    | Educación Secundaria                  |    |    |    |    |
| CICLOS  | I  | II                 | III                 | IV | V  |    | VI |    | VII                                   |    |    |    |    |
| GRADOS  | años<br>0 - 2  | años<br>3 - 5      | 1°                  | 2° | 3° | 4° | 5° | 6° | 1°                                    | 2° | 3° | 4° | 5° |
| Áreas Curriculares                              | Relación consigo mismo<br>Comunicación<br>Relación con el medio natural y social | Matemática         | Matemática          |    |    |    |    |    | Matemática                            |    |    |    |    |
|   |  | Comunicación       | Comunicación        |    |    |    |    |    | Comunicación                          |    |    |    |    |
|   |  |                    | Arte                |    |    |    |    |    | Arte                                  |    |    |    |    |
|   |  | Personal Social    | Personal Social     |    |    |    |    |    | Formación Ciudadana y Cívica          |    |    |    |    |
|   |  |                    | Educación Física    |    |    |    |    |    | Historia, Geografía y Economía        |    |    |    |    |
|   |  |                    | Educación Religiosa |    |    |    |    |    | Persona, Familia y Relaciones Humanas |    |    |    |    |
|   |  | Ciencia y Ambiente | Ciencia y Ambiente  |    |    |    |    |    | Educación Física                      |    |    |    |    |
|   |  |                    | Ciencia y Ambiente  |    |    |    |    |    | Educación Religiosa                   |    |    |    |    |
|   |  | Ciencia y Ambiente | Ciencia y Ambiente  |    |    |    |    |    | Ciencia, Tecnología y Ambiente        |    |    |    |    |
|   |  |                    | Ciencia y Ambiente  |    |    |    |    |    | Educación para el Trabajo             |    |    |    |    |
| TUTORÍA Y ORIENTACIÓN EDUCATIVA                 |  |                    |                     |    |    |    |    |    |                                       |    |    |    |    |

Fuente:

Diseño Curricular Nacional  
MINEDU

### *Caracterización del púber y adolescente del nivel de educación secundaria*

En el nivel de Educación Secundaria se atiende a los púberes y adolescentes, cuyas edades oscilan entre 11 y 17 años aproximadamente. En esta etapa los estudiantes experimentan una serie de cambios corporales, afectivos y en su forma de aprender y entender el mundo. Estos cambios son importantes porque influyen en el comportamiento individual y social de los estudiantes.

#### **2.2.13 Área de Comunicación**

El área de Comunicación fortalece la competencia comunicativa desarrollada por los estudiantes en Educación Secundaria para que logren comprender y producir textos diversos, en distintas situaciones comunicativas y con diferentes interlocutores, con la finalidad de satisfacer sus necesidades funcionales de comunicación, ampliar su acervo cultural y disfrutar de la lectura o la creación de sus propios textos. Así mismo, se promueve una reflexión permanente sobre los elementos lingüísticos y no lingüísticos que favorecen una mejor comunicación, la misma que, en este nivel, enfatiza los aspectos académicos y científicos. El área de Comunicación también brinda las herramientas necesarias para lograr una relación asertiva y empática, solucionar conflictos y llegar a consensos, condiciones indispensables para una convivencia armónica.

El aprendizaje de la lengua y de cualquier código comunicativo se realiza en pleno funcionamiento, en situaciones comunicativas reales o verosímiles y a partir de textos completos que respondan a las necesidades e intereses de los estudiantes. Esto otorga al área un carácter eminentemente práctico, asociado a la reflexión permanente sobre el aprendizaje, lo cual exige del docente la generación de situaciones favorables para que los estudiantes dialoguen, debatan, expongan temas, redacten textos en forma crítica y creativa, lean con diferentes propósitos y aprendan a escuchar.

El área tiene cuatro organizadores: Expresión y Comprensión Oral, Comprensión de Textos, Producción de Textos e Interacción con Expresiones Literarias.

#### **2.2.14 Capacidades comunicativas del área de Comunicación**

Según el Ministerio de Educación del Perú (2010), para fines didácticos y de formación, las competencias son entendidas como el conjunto de habilidades y destrezas que remiten al desarrollo cognitivo de una persona, al despliegue de su inteligencia, tanto racional como emocional y que son atributos de las instituciones de educación de cualquier nivel.

Las competencias son un tipo de aprendizaje que integra y combina aprendizajes de diversa naturaleza. Suponen la capacidad de actuar sobre la realidad y modificarla, sea para resolver un problema o para lograr un propósito, haciendo uso de saberes diversos con pertinencia a contextos específicos. El logro de las competencias demanda la movilización de diversas capacidades (saberes, conocimientos, estrategias, etc.) de manera integrada. Para que las capacidades se desarrollen se requiere de una situación de aprendizaje. La movilización de las capacidades contribuye a comprender o resolver una determinada situación del contexto.

#### **Capacidades**

Son potencialidades inherentes a la persona y que esta puede desarrollar a lo largo de toda su vida, dando lugar a la determinación de sus logros educativos. Ellas se cimentan en la interrelación de procesos cognitivos, socio afectivos y motores. En el afán de orientar mejor la tarea educativa del docente, el currículo ha introducido cambios importantes que es necesario tomar en cuenta, puesto que no son solamente “cambios de nombre”, como muchas veces se piensa, sino que pretenden ayudar a entender el nuevo enfoque de la enseñanza y aprendizaje del lenguaje. Estos cambios son:

- a) Área, en lugar de curso o asignatura, para señalar que no se trata de un campo de estudio sino una dimensión de desarrollo del alumno.
- b) Área de Comunicación, en lugar de “Lenguaje”, “Castellano” o “Gramática”, para enfatizar la intención educativa de desarrollar la capacidad de comunicarse de los estudiantes
- c) Capacidades comunicativas, en lugar de temas, para precisar las habilidades y destrezas que el profesor busca como logros de aprendizajes, y que en



conjunto, en interrelación con algunos conocimientos, harán al estudiante “competente” para la comunicación.

Desde esta perspectiva, el currículo sea visto también enriquecido ya que, al pensar en la comunicación como propósito educativo, se han puesto en evidencia algunas capacidades que estaban un poco olvidadas, como el lenguaje de los gestos, de las imágenes, signos, símbolos, íconos y muchas formas de expresión que están presentes en los procesos de comunicación; y, por otro lado, ha dado lugar para flexibilizarlo, permitiendo incorporar manifestaciones culturales de grupos sociales diversos, fomentando la interculturalidad que debe existir en un país pluricultural como el nuestro

*¿Por qué es tan importante el desarrollo de las capacidades comunicativas?*

- a) Importancia de las capacidades comunicativas para el desarrollo cognitivo y para seguir aprendiendo.
- b) Importancia de las capacidades comunicativas para el desarrollo de habilidades sociales y la convivencia.
- c) Importancia de las capacidades comunicativas en el contexto de un mundo globalizado e informatizado.

### **Área de Comunicación de Educación Secundaria en EBR**

Capacidades comunicativas del área de Comunicación

- Expresión y Comprensión oral
- Comprensión de Textos
- Producción de Textos
- Interacción con Expresiones Literarias

Tabla 8: Componentes del Área de Comunicación VII ciclo de EBR

| CICLO VII                    |   |
|------------------------------|---|
| EXPRESIÓN Y COMPRENSIÓN ORAL | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expresa sus ideas en forma organizada, original y elocuente en situaciones comunicativas interpersonales y grupales, demostrando seguridad y consistencia en sus argumentos.</li> <li>• Comprende el mensaje de los demás, refutando o apoyando críticamente las ideas, y valorando la diversidad lingüística y cultural.</li> </ul> |
| COMPRENSIÓN DE TEXTOS        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprende textos de distinto tipo, según su propósito de lectura; los contrasta con otros textos; opina críticamente sobre las ideas del autor y el lenguaje utilizado; y valora los elementos lingüísticos y no lingüísticos que favorecen la comprensión del texto.</li> </ul>   |
| PRODUCCIÓN DE TEXTOS         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produce textos de distinto tipo, en forma adecuada, fluida, original y coherente, en función de diversos propósitos y destinatarios; utilizando de modo reflexivo los elementos lingüísticos y no lingüísticos para lograr textos de mejor calidad.</li> </ul>   |

Fuente: Diseño Curricular Nacional – MINEDU

Tabla 9: Capacidades y conocimientos del Área de Comunicación

| CAPACIDADES  | CONOCIMIENTOS  |
|--|--|
| <p>■ <b>Expresión y comprensión oral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planifica su participación oral, organizando la información y previendo los recursos de apoyo a su intervención según la técnica grupal en la que participe.</li> <li>Diserta sobre temas diversos en paneles, seminarios y foros; apoyándose en bases teóricas; y utilizando lenguaje pertinente.</li> <li>Argumenta puntos de vista sobre temas diversos, acudiendo a fuentes y recursos para sustentar su propia opinión.</li> <li>Conduce programas radiales, asambleas, ceremonias o eventos masivos, demostrando liderazgo.</li> <li>Interpreta el significado que transmiten los recursos no verbales en la emisión de programas radiales diversos.</li> <li>Enjuicia las ideas de los demás, así como las cualidades del discurso argumentativo.</li> </ul> <p>■ <b>Comprensión de textos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifica el problema, las hipótesis y las conclusiones en informes de carácter científico, y otros textos expositivos, valorando los aportes del autor.</li> <li>Identifica la importancia del epílogo y la nota al pie, como medios para obtener información.</li> </ul> | <p>■ <b>Discurso oral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La exposición argumentativa. Características.</li> <li>Técnicas de participación grupal (asamblea, panel, seminario, foro). Organización y conducción.</li> <li>El discurso académico y político.</li> <li>Cualidades del discurso. La elocuencia, la fluidez léxica.</li> <li>Los prejuicios lingüísticos.</li> </ul> <p>■ <b>Técnicas de lectura y teoría del texto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La metalectura. Técnicas de control y autorregulación.</li> <li>La Cruz Categorical.</li> <li>Diagramas de causa-efecto: La espina de pescado y el árbol de problemas.</li> <li>Importancia del epílogo y la nota al pie.</li> <li>Memorial, hoja de vida. Estructura.</li> <li>Fuentes de información. Tipos. Primarias y secundarias. El fichaje.</li> <li>El informe científico. El problema, las premisas y las conclusiones.</li> <li>Cualidades de la redacción: la concisión, la claridad y la propiedad.</li> <li>Técnicas para la edición del texto.</li> </ul> |

Fuente: Diseño Curricular Nacional - MINEDU

| CAPACIDADES   | CONOCIMIENTOS  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza relaciones de causa-efecto utilizando la espina de pescado y el árbol de problemas.</li> <li>Infiere el propósito comunicativo en los textos provenientes de Internet, opinando sobre los mensajes subliminales.</li> <li>Discrimina la estructura de memoriales y hojas de vida, así como el propósito comunicativo.</li> <li>Organiza información sobre la literatura española y universal, valorando sus aportes a la literatura peruana e hispanoamericana.</li> <li>Analiza las obras de la literatura española y universal, identificando el contexto social y cultural y los movimientos o escuelas literarias a los que pertenecen.</li> <li>Enjuicia el contenido y el lenguaje utilizado en los textos que lee y en los géneros cinematográficos que observa.</li> </ul> <p>■ <b>Producción de textos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Planifica la producción de textos, organizando información en función del tema que abordará.</li> <li>Redacta informes científicos, relacionando el problema, la hipótesis y las conclusiones.</li> <li>Redacta memoriales y hojas de vida, respetando su estructura, las expresiones convencionales, así como las formalidades de estos documentos.</li> <li>Diseña programas radiales de carácter educativo y de proyección social, utilizando fuentes de información y recursos tecnológicos disponibles.</li> </ul> | <p>■ <b>Gramática y ortografía</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Oración compuesta.</li> <li>Adjetivación y adverbialización.</li> <li>Puntos suspensivos. La puntuación en la nota al pie.</li> <li>La tilde en palabras compuestas.</li> <li>Palabras de acentuación doble.</li> <li>Uso de z y d finales. Los grupos consonánticos.</li> </ul> <p>■ <b>Lenguaje audiovisual</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de textos provenientes de Internet. El hipervínculo.</li> <li>Los mensajes subliminales en los medios de comunicación.</li> <li>Las TIC. La Internet y su influencia en la sociedad.</li> <li>Programas radiales: educativos, de proyección social.</li> <li>La multimedia. Utilidad.</li> <li>Géneros cinematográficos.</li> </ul> <p>■ <b>Literatura</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La literatura española y universal y sus vínculos con la literatura peruana e hispanoamericana. Ubicación en el contexto social y cultural. Movimientos y escuelas literarias.</li> <li>Técnicas narrativas, teatrales y de versificación.</li> <li>El ensayo literario.</li> </ul> |

Fuente: Diseño Curricular Nacional - MINEDU



| CAPACIDADES   | CONOCIMIENTOS   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora presentaciones animadas sobre diferentes temas, utilizando las aplicaciones informáticas, la multimedia u otros recursos disponibles en la zona.</li> <li>• Crea textos literarios, en prosa o verso, así como ensayos sobre las características de las obras de la literatura española y universal, ubicándolas en el contexto social y cultural.</li> <li>• Utiliza las reglas ortográficas y gramaticales para otorgar coherencia y corrección a los textos que produce.</li> <li>• Edita el texto para hacerlo atractivo y novedoso.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>Lecturas sugeridas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La Iliada / Homero.</li> <li>• Edipo Rey / Sófocles.</li> <li>• El poema de Mío Cid / Anónimo.</li> <li>• Lazarillo de Tormes / Anónimo.</li> <li>• El Quijote de la Mancha / Miguel de Cervantes.</li> <li>• Fuente Ovejuna / Lope de Vega.</li> <li>• Werther / Wolfgang Goethe.</li> <li>• Rimas y leyendas / Adolfo Bécquer.</li> <li>• Campos de Castilla / Antonio Machado.</li> <li>• Marianella / Benito Pérez Galdós.</li> <li>• La metamorfosis / Franz Kafka.</li> <li>• El viejo y el mar / Ernest Hemingway.</li> <li>• Premios Nobel de los últimos años (Camilo José Cela, José Saramago, Günter Grass, Imre Kertész, entre otros).</li> <li>• Presencia femenina en la literatura contemporánea.</li> </ul> </li> </ul> |
| ACTITUDES   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Valora el intercambio positivo y crítico de ideas para una comunicación asertiva y democrática.</li> <li>■ Respeta las convenciones de comunicación interpersonal y grupal.</li> <li>■ Respeta y valora la diversidad lingüística y cultural.</li> <li>■ Valora las formas expresivas propias de cada comunidad y región.</li> <li>■ Respeta los puntos de vista diferentes a los suyos.</li> <li>■ Valora la lectura como fuente de disfrute y aprendizaje permanente.</li> <li>■ Se interesa por el uso creativo del lenguaje y de otros códigos de comunicación.</li> <li>■ Valora la comunicación como medio para solucionar conflictos y crear una convivencia armónica.</li> </ul> |   |

Fuente: Diseño Curricular Nacional - MINEDU

## Capacidades comunicativas del área de Comunicación

### *Expresión oral*

- Expresas el mensaje de un texto con total honestidad
- Utilizas una entonación particular para la lectura de un texto
- Utilizas palabras apropiadas al expresar tus opiniones con respecto al texto leído

### *Comprensión oral*

- Empleas gestos o mímicas corporales al momento de expresar tus opiniones
- Prestas atención con facilidad el mensaje que expresa el interlocutor

### *Comprensión de textos:*

- Identificas sin dificultad los personajes, ideas primarias, ideas secundarias y el tema del texto leído
- Muestras una postura favorable o desfavorable sobre el mensaje del texto leído
- Te resulta difícil redactar un texto

### *Producción de textos*

- Tienes dificultad para elaborar mapas conceptuales sobre un texto leído
- Te es difícil identificar las funciones gramaticales en una oración planteada
- Elaboras con dificultad textos literarios obviando la estructura del texto a redactar

### *Interacción con Expresiones Literarias*

- Interpreta textos literarios en relación con diversos contextos.
- Crea textos literarios según su necesidad expresiva.
- Se vincula con tradiciones literarias mediante el diálogo intercultural.

El Ministerio de Educación, según Resolución Directoral N° 1999-2015, modificó el DCN en varias Competencias y Capacidades, entre ellas en el área de Comunicación y, añadiendo un nuevo componente: Interacción de Expresiones Literarias.

Tabla 10: Capacidades y conocimientos modificadas por la R.D. N° 1999-2015

| Área   | Competencias                           | Capacidades   |
|--|--|---|
| <b>COMUNICACIÓN</b><br>(Ciclos II, III, IV, V, VI y VII) | Comprende textos orales.               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escucha activamente diversos textos orales.</li> <li>• Recupera y organiza información de diversos textos orales.</li> <li>• Infiere el significado de los textos orales.</li> <li>• Reflexiona sobre la forma, contenido y contexto de los textos orales.</li> </ul>  |
|  | Se expresa oralmente.                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecúa sus textos orales a la situación comunicativa.</li> <li>• Expresa con claridad sus ideas.</li> <li>• Utiliza estratégicamente variados recursos expresivos.</li> <li>• Reflexiona sobre la forma, contenido y contexto de sus textos orales.</li> <li>• Interactúa colaborativamente manteniendo el hilo temático.</li> </ul>           |
|  | Comprende textos escritos.             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se apropia del sistema de escritura (solo ciclos II y III)</li> <li>• Recupera información de diversos textos escritos.</li> <li>• Reorganiza información de diversos textos escritos.</li> <li>• Infiere el significado de los textos escritos.</li> <li>• Reflexiona sobre la forma, contenido y contexto de los textos escritos.</li> </ul> |
|  | Produce textos escritos.               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se apropia del sistema de escritura (solo ciclos II y III)</li> <li>• Planifica la producción de diversos textos escritos.</li> <li>• Textualiza sus ideas según las convenciones de la escritura.</li> <li>• Reflexiona sobre la forma, contenido y contexto de sus textos escritos.</li> </ul>   |
|  | Interactúa con expresiones literarias. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpreta textos literarios en relación con diversos contextos.</li> <li>• Crea textos literarios según sus necesidades expresivas.</li> <li>• Se vincula con tradiciones literarias mediante el diálogo intercultural.</li> </ul>  |

### 2.2.15 El aprendizaje

Es el proceso por el cual el ser humano recibe, interpreta y transforma conocimientos, destrezas, actitudes, valores, creencias, emociones y sensaciones; realizando cambios perdurables en sus estructuras internas, que resultan de la práctica o de las experiencias que recibe del medio que le rodea. El aprendizaje es un cambio en la conducta observable que sucede como resultado de la experiencia. El objetivo de la instrucción, es aumentar el número o la fuerza de las respuestas correctas de los estudiantes.

## Teorías del aprendizaje

Diversas teorías nos ayudan a comprender, predecir, y controlar el comportamiento humano y tratan de explicar cómo los sujetos acceden al conocimiento. Estas teorías entre otras son: Conductismo, cognitivismo, constructivismo, teoría ecléctica, teoría del cambio conceptual entre otros.

- El conductismo

Este paradigma aparece a principios del siglo XX cuando Watson sienta sus bases. Las teorías conductistas defienden que las acciones de los individuos son iniciadas y controladas por el ambiente. La acción de las personas no es una cualidad intrínseca a ellas, sino que necesita ser impulsada desde fuera. En este sentido, el conocimiento es una copia de la realidad, un reflejo de ésta y no al revés. Es decir, sólo existe una única forma de aprender, la asociación, pero una asociación conducida desde fuera. Se abandona el estudio de lo que el individuo dice y piensa y se comienza a analizar lo que el individuo hace.

El aprendizaje era considerado como simple asociación estímulo-respuesta. El individuo aprende a conocer la realidad objetiva a través de los sentidos, pero el estudiante es considerado como un ser pasivo, que sólo reacciona a estímulos medioambientales. Los que se centran en esquemas de estímulo-respuesta, discriminación, generalización y encadenamiento.

Entre los principales enfoques conductistas tenemos:

- *Condicionamiento clásico*: En un medioambiente bien cambiado es posible modificar la conducta, a través de procesos inconscientes se pretende que los alumnos sientan predisposición positiva o negativa hacia algo. Su representante es Ivan Pavlov.
- *Conexionismo*: El aprendizaje se produce por ensayo y error o por selección o conexión, de esta manera un comportamiento que tiene una respuesta positiva genera una conexión firme en términos del aprendizaje: La ley del refuerzo. Su representante Edward Thorndhike.
- *Principio de contigüidad*: Sustentada por Gurthrie, este enfoque es también conocido como el aprendizaje asociativo en el cual se establece cuando dos sensaciones ocurren en forma repetida, acaban por



asociarse, de manera que cuando ocurre sólo una de estas sensaciones, la otra también aparece.

- *Condicionamiento operante*: Representado por Thorndhike y Skinner, el aprendizaje es el proceso a través del cual se fortalece un comportamiento que es seguido de un resultado favorable (refuerzo), con lo cual se aumentan las posibilidades que ese comportamiento vuelva a ocurrir. Aprende lo que es reforzado.
- *Observación e imitación*: Bandura nos dice que existen otros tipos de aprendizaje que ocurren por observación, existen mecanismos internos de representación de la información que son cruciales para que exista un aprendizaje.
- El cognitivismo

Esta teoría surge entre los años 1950 y 1960 teniendo su mayor apogeo en la década de los años setenta. El cognitivismo se sitúa entre el conductismo ante el que reacciona y el constructivismo del que es precursor. Dos de las aportaciones que hace este enfoque a la ciencia son por una parte, el rechazo del método introspectivo como método de investigación sustituido por el método científico y por otra, la existencia de los procesos mentales internos tales como los deseos, las motivaciones las creencias etc. Comprende postulados de varias teorías. Así los de Piaget, los de las teorías cognitivistas pasando por las del procesamiento de la información y las teorías de cognitivas de la personalidad.

Los cognitivistas manifiestan que esta teoría se ocupa de estudiar la mente de los individuos, a la que considera estructurada en esquemas, los cuales son un conjunto organizado de elementos de información, que juntos forman el concepto que tiene cada sujeto de las cosas. El aprendizaje ocurre mediante la construcción gradual de conocimientos que ocurre gracias a la puesta en relación de los anteriores con los nuevos conocimientos. Exige la organización de estos. Se efectúa a partir de las tareas globales. Los que exigen formas complejas de aprendizaje (razonamiento, solución de problemas, procesamiento de información).

Entre los enfoques se encuentran:

- *Asimilación y acomodación:* El aprendizaje se logra mediante dos movimientos simultáneos e integrados pero de sentido contrario, su representante es Jean Piaget. En la etapa de asimilación, el individuo al explorar el medioambiente en el que se desenvuelve toma partes las cuales transforma en incorpora. En la etapa de acomodación, el individuo transforma su propia estructura para adecuarse a la naturaleza de los objetos que serán aprendidos.
- *Aprendizaje por descubrimiento:* Jerome Bruner sustenta este enfoque, el aprendizaje es el proceso de reordenar o transformar los datos de modo que permitan ir a una nueva comprensión. La capacidad por resolver los problemas es la meta principal, el conocimiento verbal es la clave de la transferencia, el método del descubrimiento es el principal para transmitir el conocimiento.
- *Aprendizaje significativo:* Su máximo representante es Ausubel: Es el mecanismo humano por excelencia para adquirir y almacenar la inmensa cantidad de ideas e información representadas en cualquier campo de conocimiento.
- *Inteligencias múltiples:* Sustentada por Howard Gardner, esta teoría sugiere distintas formas para que el individuo aprenda: Lingüístico, musical, intrapersonal, interpersonal, matemático, etc.
- El constructivismo

Esta teoría defiende que cada sujeto construye su propia realidad y su propio conocimiento a través de la interpretación de las percepciones del mundo que le rodea. Es decir, las personas construyen las ideas sobre el mundo en función de sus experiencias. La construcción del conocimiento tiene su origen en la interacción de las personas con su medio social mediante prácticas socialmente reconocidas. El individuo conoce por medio de las prácticas culturales que realiza como miembro de un grupo social. Es una teoría que equipara el aprendizaje con la creación de significados a partir de la experiencia con el entorno. La tarea del profesor consiste en crear situaciones de aprendizaje para que el alumno construya el conocimiento a través de la

actividad. Se asocia al aprendizaje por descubrimiento, tiene como representantes a Piaget, Vigotsky y Bruner.

El constructivismo es una posición compartida por diferentes tendencias de la investigación psicológica y educativa. Entre ellas se encuentran las teorías de Piaget, Vigotsky, Ausubel, Bruner. El constructivismo asume que nada viene de nada. Es decir que conocimiento previo da nacimiento a conocimiento nuevo. El aprendizaje humano es una actividad que el sujeto realiza a través de su experiencia con el entorno. La tarea del profesor consiste en crear situaciones de aprendizaje para el alumno construya el conocimiento a través de la actividad.

- Piaget, Jean más célebre y destacado psicólogo de niños del mundo.
- Lev S. Vigotsky, El aprendizaje según Vygotski (1978) depende de lo que él llama «nivel de desarrollo actual» y del «nivel de desarrollo potencial». *Zona de Desarrollo Próximo* David
- Teoría del aprendizaje significativo de Paul Ausubel.

*Visión constructivista:*

- a) La importancia de los conocimientos previos, de las creencias y de las motivaciones de los alumnos.
- b) El establecimiento de relaciones entre los conocimientos para la construcción de mapas conceptuales y la ordenación semántica de los contenidos de memoria (construcción de redes de significado).
- c) La capacidad de construir significados a base de reestructurar los conocimientos que se adquieren de acuerdo con las concepciones básicas previas del sujeto.
- d) Los alumnos auto-aprenden dirigiendo sus capacidades a ciertos contenidos y construyendo ellos mismos el significado de esos contenidos que han de procesar

En resumen las teorías del aprendizaje expuestas, el conductismo, el cognitivismo y el constructivismo explican la forma en que aprenden las personas. Así las dos primeras consideran el aprendizaje como algo externo al sujeto al que hay que llenar de conocimiento mientras que el constructivismo considera que el individuo es el autor de su propio aprendizaje.

- Teoría ecléctica:

Esta teoría es obra del psicólogo norteamericano Albert Bandura, está basada en un modelo de procesamiento de información, derivada de una posición semicognitiva, la teoría ecléctica racionalmente organizada y verdaderamente sistémica, unión de conceptos y variables del conductismo y del cognoscitivismo, integra la posición evolutiva de Piaget y además reconoce la importancia del aprendizaje social. La teoría ecléctica integra conceptos y variables del conductismo y del cognoscitivismo, además de la posición evolutiva de Piaget y Vygotsky reconociendo la importancia del aprendizaje social. Gagné postula la teoría ecléctica, denominada así porque se encuentra racionalmente organizada y considerada verdaderamente sistemática. Esta teoría en el proceso de aprendizaje involucra: valores, intereses y actitudes.

- Teoría del cambio conceptual

El *Cambio conceptual*, involucra tanto al resultado como al proceso de transformación de las concepciones de los individuos, que es el objetivo de las actividades de enseñanza y de aprendizaje, consiste en cambiar las estructuras de conocimiento de los alumnos que llegan a clase con nociones más cotidianas y superficiales a ciertas nociones más académicas y profundas. Designa diferentes caminos de aprendizaje a partir de las concepciones pre instruccionales hacia los conceptos científicos que se aprenden. Representantes: Pintrich, Strike, Posner y Targe.

### **2.3 Definiciones de términos básicos**

**Adaptación radial.-** Adaptar un texto literario al lenguaje radiofónico es decir, incorporar música, efectos sonoros, personajes, diálogos, narradores, para que dicho texto literario se difunda por radio.

**Aprendizaje.-** Proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción y la observación.

**Área de Comunicación.-** Una de las dimensiones del Diseño Curricular Nacional, que fortalece la competencia comunicativa desarrollada por los estudiantes para que logren comprender y producir textos diversos, en distintas situaciones comunicativas y con diferentes interlocutores, con la finalidad de satisfacer sus necesidades funcionales de comunicación, ampliar su acervo cultural y disfrutar de la lectura o la creación de sus propios textos.

**Capacidades comunicativas.-** Habilidades y destrezas del estudiante que se busca como logros de aprendizaje, y que en conjunto, en interrelación con algunos conocimientos, harán al estudiante “competente” para la comunicación.

**Competencia.-** Conjunto de habilidades y destrezas que remiten al desarrollo cognitivo de una persona, al despliegue de su inteligencia, tanto racional como emocional y que son atributos de las instituciones de educación de cualquier nivel.

**Comunicación.-** Es la herramienta socializadora de todo entorno social; es la base de nuestras relaciones, formadora de reglas, normas, parámetros, sueños e ideales de la misma; donde aprenderemos a aceptarlas y a transformarlas según las propias experiencias vividas.

**Educación.-** Desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales de una persona y su interacción con su medio, tarea humanizadora la de convertirlo en un ser social. La educación no se conquista, se construye con valores y aprendizaje.

**Educación Básica Regular (EBR).-** Es la modalidad educativa en el Sistema Educativo Peruano que abarca los niveles de Educación Inicial, Primaria y Secundaria. Está dirigida a los niños y adolescentes que pasan, oportunamente, por el proceso educativo de acuerdo con su evolución física, afectiva y cognitiva, desde el momento de su nacimiento.

**Educomunicación.-** Campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar", en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas.

**Institución Educativa.-** Comunidad de aprendizaje, es la primera y principal instancia de gestión del sistema educativo descentralizado. En ella tiene lugar la prestación del servicio. Puede ser pública o privada.

**Lenguaje radial.-** El conjunto de formas sonoras y no sonoras, representadas por el sistema expresivo de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes.

**Medios de Comunicación Masivos.-** Aquellos canales artificiales a través de los cuáles se transmiten mensajes que se dirigen a un receptor colectivo o social. En el proceso de comunicación de masas se traspasan las fronteras del tiempo y del espacio, produciendo cambios culturales a gran escala, positivos o negativos.

**Mi Novela Favorita (MNF).**- El Programa Educativo *Mi novela favorita* es una propuesta de Radio Programas del Perú (RPP), para hacer llegar obras maestras de la literatura y de promover el placer por la lectura, “es una serie que transforma en sonido 52 novelas clásicas de la literatura universal, devolviéndole su vieja vigencia al género del audio de ficción.

**Programa radial.**- Producto comunicativo de carácter masivo, que posee un conjunto de caracteres específicos, objetivos, públicos, contenidos, etc. que le permiten diferenciarse de otro. Cada programa de radio exige una adecuada articulación de sus elementos: música, efectos, publicidad y discurso verbal, posibilitándole una práctica de producción diferencial que adecua su propio lenguaje, relaciones, usos y definiciones socioculturales a las demandas de los públicos.

**Radio.**- La radio es, sin lugar a dudas, el medio de comunicación más extraordinario y maravilloso de nuestro siglo. Ningún otro consigue hacerle competencia. La radio informa, entretiene, acompaña. Es multivalente y multisituacional como ningún otro medio. Ni el cine, ni la televisión, ni el video, a pesar de la extraordinaria ventaja visual que gozan respecto de la radio, consiguen su valor cotidiano, su valor emotivo, e incluso su valor político.

**Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).**- Disciplinas científicas y tecnologías que permiten gestionar, transmitir, procesar y difundir información. Su interacción con hombres y máquinas permiten obtener contenidos de carácter social, económico y culturas. Las TIC están en constante transformación, a estas innovaciones y perfecciones se les denomina con el término Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), que son la evolución de las TIC.

## **CAPÍTULO 3**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1 Hipótesis**

##### **3.1.1 Hipótesis General**

La aplicación del programa *Mi novela favorita* produce efectos significativos en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School*.

##### **3.1.2 Hipótesis Específicas**

- ✓ No se formula porque el objetivo es descriptivo. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 97)
- ✓ La aplicación del programa *mi novela favorita* produce un efecto significativo en el aprendizaje de la Expresión y Comprensión Oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ La aplicación del programa *Mi novela favorita* produce un efecto significativo en la Comprensión de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ La aplicación del programa *Mi novela favorita* produce un efecto significativo en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ La aplicación del programa *Mi novela favorita* produce un efecto significativo en las Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.

#### **3.2 Variables**

##### **3.2.1 Variable independiente**

Programa radial *Mi novela favorita* de Radioprogramas del Perú.



**Definición conceptual:**

Propuesta de Radio Programas del Perú (RPP) para hacer llegar obras maestras de la literatura y de promover el placer por la lectura. La selección ha estado a cargo de Mario Vargas Llosa, quien comenta cada novela y conduce los programas. Las novelas tienen una duración de 54 minutos netos.

Tabla 11. Dimensiones e indicadores del programa radial *Mi Novela Favorita*

| Dimensiones                           | Subdimensiones  | Indicadores  |
|---------------------------------------|---|--|
| Sesión de aprendizaje<br>Nº 1         | Aproximación al lenguaje radial                             | - Comprensión del lenguaje radial<br>- Ejercicio de audición   |
| Sesión de aprendizaje<br>Nº 2 y 3     | Aproximación a la novela                                    | - Datos del autor<br>- Contexto en el que se escribió<br>- Importancia de su lectura   |
| Sesión de aprendizaje<br>Nº 4 y 5     | Aproximación a la trama de la secuencia radial de la novela | - Análisis descriptivo<br>- Análisis del contenido<br>- Relación del relato radial con la realidad y con la vivencia personal  |
| Sesión de aprendizaje<br>Nº 6 y 7     | Aproximación a la realidad del educando                     | - Impacto de la novela a través de la radio<br>- Conversatorio sobre el lenguaje radial como espacio literario<br>- Frases que impactan<br>- Descubrir o profundizar el texto original |
| Sesión de aprendizaje<br>Nº 8, 9 y 10 | Transferencia de la audición                                | - Expresar la experiencia de audición<br>- Elaboración del trabajo creativo sobre la novela<br>- Emisión de mensajes comprensibles   |

**3.2.2 Variable dependiente**

Aprendizaje de las Capacidades Comunicativas del área de Comunicación.

**Definición conceptual:**

Proceso a través del cual el estudiante adquiere habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción y la observación. Busca como logros de aprendizaje, y que en

conjunto, en interrelación con algunos conocimientos, harán al estudiante “competente” para la comunicación.

TABLA 12. Dimensiones e indicadores del aprendizaje de las Capacidades Comunicativas del Área de Comunicación

| <b>DIMENSIONES</b>                     | <b>INDICADORES</b>  |
|--|---|
| Expresión y comprensión oral           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veracidad y sinceridad del mensaje transmitido.</li> <li>- Lenguaje, postura corporal, acorde a la situación comunicativa.</li> <li>- Coherencia, vocabulario y entonación.</li> <li>- Utilización de mecanismos no lingüísticos.</li> <li>- Escucha atenta y comprensiva del mensaje</li> </ul> |
| Comprensión de textos                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento, análisis y evaluación de ideas, personajes, tema, contexto y mensaje.</li> <li>- Análisis de textos</li> <li>- Grado de criticidad</li> </ul>  |
| Producción de Textos                   | Aspectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Textual</li> <li>- Pragmático</li> <li>- Lingüístico</li> <li>- Formal y externo</li> </ul>  |
| Interacción con expresiones literarias | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretación de textos literarios</li> <li>- Creación de textos literarios</li> <li>- Vinculación con tradiciones literarias interculturalmente</li> </ul>   |

## **CAPÍTULO 4**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1 Método de la investigación**

##### **4.1.1 Enfoque de investigación**

Esta investigación se aborda desde dos enfoques: cuantitativo y pueden involucrar distintas preguntas de conversión investigación de un planteamiento del de datos cuantitativos, es decir, medibles. (Mertens, 2005).

#### **4.2 Diseño de la investigación**

La presente investigación es de carácter cuasi experimental, según Hernández. R. y otros (2003) son similares a los experimentos “verdaderos”, consiste en aplicar un estímulo a un individuo o grupo de individuos y ver el efecto de ese estímulo en alguna(s) variable(s) del comportamiento, asimismo reúnen los dos requisitos para lograr el control y la validez interna: 1) grupos de comparación (manipulación de la variable independiente o de varias independientes) y 2) equivalencia de los grupos”. En ambos grupos se realizan pre prueba y post prueba tanto en el grupo experimental como en el de control. Su esquema sería el siguiente:

|           |           |          |           |
|-----------|-----------|----------|-----------|
| <b>GE</b> | <b>01</b> | <b>X</b> | <b>03</b> |
| <b>GC</b> | <b>02</b> |          | <b>04</b> |

##### **4.2.1 Tipo de estudio**

El tipo de estudio de la presente tesis es la *investigación aplicada*. A decir de Sánchez y Reyes (2006), “se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella deriven”.

##### **4.2.2 Nivel**

Según Hernández y Baptista (2010), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Es decir, miden, evalúan o recolectan

datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga. Los estudios descriptivos miden conceptos o recolectan información sobre éstos.

### **4.3 Población y muestra**

#### **4.3.1 Población**

La población está constituida por la totalidad de alumnos de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School* de Jicamarca (800 alumnos), ubicada en el anexo 22 de la comunidad Jicamarca en la provincia de Huarochirí, perteneciente a la Ugel N° 15 de Lima.

#### **4.3.2 Muestra**

En cuanto a la parte cuantitativa, (prueba) la muestra estará conformada por 60 alumnos de 4° y 5° año de secundaria, VII ciclo de Educación Básica: 30 alumnos para el grupo de control y 30 para el grupo experimental.

#### **4.3.3 Diseño muestral**

El diseño muestral es no probabilístico intencional, en dos aulas con las mismas características, son dos grupos intactos.

### **4.4 Técnicas de recolección de datos**

#### **4.4.1 Técnicas**

- Encuesta

#### **4.4.2 Instrumentos**

- Prueba de conocimiento de capacidades comunicativas.

#### **4.4.3 Selección y validación de los instrumentos**

Los investigadores, para comprobar las hipótesis de su estudio necesitan contrastarlas con la realidad y para ello apelan a determinados instrumentos apropiados para el tipo de investigación que están realizando.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003: 242) define el instrumento como: “Aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente”. A partir de esta aseveración podemos decir que el instrumento debe acercar más al investigador a la realidad de los sujetos; es decir, aporta la mayor posibilidad a la representación fiel de las variables a estudiar.

#### **Selección de los instrumentos**

Existen dos opciones respecto al instrumento de medición:

1. Elegir un instrumento ya desarrollado y disponible, el cual se adapta a los requerimientos del estudio en particular.
2. Construir un nuevo instrumento de medición de acuerdo con la técnica apropiada para ello (p. 243).

Para nuestro estudio escogemos la segunda opción.

##### *. Pasos para la construcción de un instrumento de medición*

- a) Listar las variables.
- b) Revisar su definición conceptual y comprender su significado.
- c) Revisar cómo han sido definidas operacionalmente las variables.
- d) Elegir el instrumento o los instrumentos que hayan sido favorecidos por la comparación y adaptarlos al contexto de investigación.
- e) Indicar el nivel de medición de cada ítem y, por ende, el de las variables.
- f) Indicar como se habrán de codificar los datos.
- g) Una vez que se indica el nivel de medición de cada variable e ítem y que se determina su codificación, se procede a aplicar una “prueba piloto” del instrumento de medición.
- h) Sobre la base de la prueba piloto, el instrumento de medición preliminar se modifica, ajusta y se mejora, los indicadores de

confiabilidad y validez son una buena ayuda, y estaremos en condiciones de aplicarlo. (pp.243-244)

En el campo de investigación de los test, para que un instrumento de evaluación pueda ser considerado como adecuado en su diseño debe contener, al menos, las siguientes características:

1. *Fiabilidad*: que las puntuaciones o resultados del test se mantengan estables en el tiempo y que los cambios en estas puntuaciones se deban a variaciones verdaderas en el atributo evaluado, y no por variaciones debido a error del instrumento.
2. *La validez*: en palabras sencillas, se refiere a que se esté midiendo lo que el test dice medir.
3. *Entregar la tipicidad o baremos*: es decir, valores normativos de la población con los cuales comparar el puntaje o resultado de una persona miembro de ésta.

En nuestro caso nos guiamos de la aseveración de Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003: 245) quienes afirman que: “Todo instrumento de recolección de datos debe resumir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad”, por ello nos guiaremos de estos dos requisitos: validez y confiabilidad.

### **Validez**

Yela, M. (1996: 77) sustenta que: “El requisito más importante de un test es su validez, debido a que si éste no es válido (no mide lo que dice medir) no sirve de nada poseer fiabilidad de las puntuaciones y baremos para la población objetivo.” Tejada, J. (1995: 26) expresa la validez como: “El grado de precisión con que el test utilizado mide realmente lo que está destinado a medir”. Es decir, la validez se considera como un conjunto específico en el sentido que se refiere a un propósito especial y a un determinado grupo de sujetos.

### **Confiabilidad**

El segundo requisito para que un instrumento sea apropiado es la confiabilidad, Aiken, L. (1996) citado por Ochoa, S. (1998: 44) refiere que: la confiabilidad es

el grado en el cual un instrumento de medición psicológica mide algo en forma consistente. Un nivel confiable, está relativamente libre de errores de medición, de manera que las calificaciones que obtienen los sujetos en el instrumento son cercanas en valor numérico a las calificaciones reales.

*Coeficiente alfa de Cronbach.* Este coeficiente desarrollado por J. L. Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición, simplemente se aplica la medición y se calcula el coeficiente.

La fórmula de Alfa de Cronbach:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\sum S_i^2$ : Sumatoria de varianzas de los ítems

K: número de ítems

$S_T^2$ : Varianza de la suma de los ítems

#### **Instrumento para la variable Capacidades Comunicativas:**

El instrumento que se aplicó es una prueba de capacidades comunicativas, Cuestionario de elaboración propia, a partir de la estructura del Diseño educativo nacional, para Educación

El test seleccionado para nuestro estudio consta de 25 ítems y está dividido en cuatro partes que representan las dimensiones en estudio: Expresión Oral y Escrita (10 reactivos), Comprensión de Textos (5 reactivos), Producción de Textos (5 reactivos) e Interacción con Expresiones Literarias (5 reactivos). Las respuestas fueron codificadas con respuesta múltiple y rúbrica de evaluación, dando como escala dicotómica:

*Tabla 13: Escala de pre y postest*

| ESCALA | VALOR                |
|--------|----------------------|
| 0      | Respuesta incorrecta |
| 1      | Respuesta correcta   |

La validez de contenido se obtuvo a partir del juicio de cinco expertos calificados que determinaron la adecuación de los ítems de los respectivos instrumentos, obteniendo los siguientes puntajes:

*Tabla 14:*

**PUNTAJE DE JUICIO DE EXPERTOS**

| <b>EXPERTOS<br/>NOMBRES Y APELLIDOS</b> | <b>CARGO<br/>ESPECIALIDAD</b>  | <b>PUNTA<br/>JE</b> |
|---|--|---------------------|
| Mg. Jooh Oblitas Carreño                | - Magíster en Educación<br>- Licenciado en Ciencias de la Comunicación | 83                  |
| Lic. Carla Ruiz López                   | - Licenciada en Ciencias de la Comunicación                            | 80                  |
| Lic. Marianela Abanto Quispe            | - Licenciada en Educación, especialidad en Comunicación                | 83                  |
| Lic. Erika Tay Pay Arias                | - Licenciada en Educación, especialidad en Comunicación                | 85                  |
| Lic. Carmen Dionicio Morales            | - Licenciada en Ciencias de la Comunicación                            | 90                  |
| <b>Puntaje Promedio</b>                 |  | <b>84.2</b>         |

Los expertos consideran que el instrumento de medición es aplicable y excelente y a partir de sus indicaciones se hicieron un conjunto de correcciones y modificaciones que dieron lugar a la primera versión del cuestionario. Para la confiabilidad del instrumento y a fin de corroborar la consistencia interna de cada una de las escalas, los autores realizaron una serie de Coeficientes de Alfa de Crombrach, donde la misma fue superior en todos los casos a 70. Los resultados obtenidos mediante la aplicación del Software estadístico SPSS V22, para las pruebas piloto a los estudiantes del grupo control y del grupo experimental, a quienes se les aplicó los instrumentos de investigación y arrojó los valores de confiabilidad mostrados en tabla siguiente:



Tabla 15:

**Análisis de confiabilidad del instrumento:  
Prueba de Capacidades Comunicativas**

| Resumen del procesamiento de datos                                    |          |    |       |
|---|----------|----|-------|
|   |          | N  | %     |
| Casos   | Válidos  | 20 | 100,0 |
|   | Perdidos | 0  | ,0    |
|   | Total    | 20 | 100,0 |
| Eliminación por lista basada en todas las variables de procedimiento. |          |    |       |

Se aplicó una prueba piloto a 20 alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria, luego se procesaron los resultados con el estadístico Alfa de Cronbach, para determinar la fiabilidad el instrumento:

| Estadístico de fiabilidad |                 |
|---------------------------|-----------------|
| Alfa de Cronbach          | N° de elementos |
| <b>0,85</b>               | 25              |

El resultado de la confiabilidad es **0,85**; lo que demuestra que el instrumento posee una **alta confiabilidad**.

## CAPÍTULO 5

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN/VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

#### 5.1 Descripción de resultados

En esta parte trabajaremos con la prueba de normalidad, en cuyos resultados se podrá elegir el estadígrafo a utilizar para la contratación de hipótesis.

##### 5.1.1 Prueba de normalidad

*Hipótesis nula:* El puntaje de aprendizaje de las capacidades comunicativas y sus dimensiones tienen distribución normal.

*Hipótesis alterna:* El puntaje de aprendizaje de las capacidades comunicativas y sus dimensiones no tienen distribución normal.

**- Interpretación:** La tabla 16 presenta los resultados de la prueba de bondad de ajuste Shapiro - Wilk, el cual se aplicó debido a que cada grupo tiene menos de 50 sujetos. Se observa que los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas y sus dimensiones no tienen distribución normal ( $p < 0.05$ ); por lo que para contrastar las hipótesis, se utilizará las estadísticas no paramétricas.

**Tabla 16:** Prueba de normalidad, mediante el estadístico Shapiro Wilks

| Variable / Dimensión  | Grupo | Shapiro-Wilk  |    |      |   |    |      |
|---|-------|---|----|------|---|----|------|
|   |       | Antes de la aplicación del Programa Radial Mi Novela Favorita |    |      | Después de la aplicación del Programa Radial Mi Novela Favorita |    |      |
|   |       | Estadístico   | gl | Sig. | Estadístico   | gl | Sig. |
| Puntaje de aprendizaje de las capacidades comunicativas           | E     | ,163  | 30 | ,001 | ,345  | 30 | ,000 |
|   | C     | ,127  | 30 | ,027 | ,196  | 30 | ,010 |
| Puntaje de aprendizaje de la expresión y comprensión oral         | E     | ,161  | 30 | ,000 | ,259  | 30 | ,000 |
|   | C     | ,133  | 30 | ,000 | ,156  | 30 | ,000 |
| Puntaje de aprendizaje de la Comprensión de textos                | E     | ,108  | 30 | ,013 | ,211  | 30 | ,000 |
|   | C     | ,174  | 30 | ,010 | ,157  | 30 | ,002 |
| Puntaje de aprendizaje en la Producción de Textos                 | E     | ,268  | 30 | ,001 | ,329  | 30 | ,000 |
|   | C     | ,174  | 30 | ,004 | ,167  | 30 | ,003 |
| Puntaje del aprendizaje en Interacción con expresiones literarias | E     | ,240  | 30 | ,008 | ,373  | 30 | ,000 |
|   | C     | ,171  | 30 | ,003 | ,168  | 30 | ,003 |

- **Decisión y conclusión:** Las probabilidades son menores al nivel de significancia ( $p < 0.05$ ), por lo tanto se **rechaza la hipótesis nula**, lo que nos lleva a utilizar la estadística **no paramétrica**.

A continuación se describe la estadística descriptiva e inferencial relacionada al aprendizaje significativo, es decir se contrastan las hipótesis planteados en el capítulo de metodología, así mismo vale recalcar que todas las pruebas se emplearon un nivel de significancia de 5%.

Con los análisis previos se llegó a la a establecer que la prueba que usaremos será la estadística no paramétrica de **Mann Whitney** para la cual aplicaremos en la diferencias de medias, una para Pre Test y otra para el Pos Test.

#### - Comparación de grupos pre test

**Tabla 17:** Estadística descriptiva e inferencial del puntaje de aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación y sus dimensiones **antes de aplicar** el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

| Variable /Dimensión                          | Grupo    |       |              |       | Prueba no paramétrica Mann Whitney, con aproximación con la distribución Z | p - valor |
|--|----------|-------|--------------|-------|--|-----------|
|  | Control  |       | Experimental |       |  |           |
|  | Promedio | Desv. | Promedio     | Desv. |  |           |
| Aprendizaje de las capacidades comunicativas | 11,43    | 1,888 | 10,33        | 1.807 | -3,888   | ,057      |
| Expresión y comprensión oral                 | 4,37     | 1,351 | 4,27         | 1,413 | -,333  | ,739      |
| Comprensión de textos                        | 2,40     | 1,037 | 2,30         | ,898  | -,480  | ,631      |
| Producción de Textos                         | 3,82     | 1,351 | 3,07         | 1,413 | -,290  | ,772      |
| Interacción con expresiones literarias       | 2,03     | 1,031 | 2,00         | ,898  | -,521  | ,602      |

*Fuente: cuestionario aplicado a los alumnos*

- **Interpretación:** En la tabla 17, se presenta los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación antes de aplicar el

programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control, donde se aprecia que el puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas en el grupo experimental y control **no existe una diferencia significativa** para la variable y sus dimensiones lo que demostrado mediante el P-valor (P-valor es mayor a 0.05) por lo cual aceptamos que no existe diferencia entre el grupo experimental y control

#### - Comparación de grupos pos test

A continuación veremos los puntajes después de aplicar el programa *Mi Novela Favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

**Tabla 18:** Estadística descriptiva e inferencial del puntaje de aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación y sus dimensiones **después de aplicar** el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

| Variable /Dimensión                          | Grupo    |       |              |       | Prueba no paramétrica Mann Whitney, con aproximación con la distribución Z | p - valor |
|--|----------|-------|--------------|-------|--|-----------|
|  | Control  |       | Experimental |       |  |           |
|  | Promedio | Desv. | Promedio     | Desv. |  |           |
| Aprendizaje de las capacidades comunicativas | 11,40    | 1,958 | 17,77        | ,012  | -6,346   | 0.00      |
| Expresión y comprensión oral                 | 4,30     | 1,393 | 6,20         | ,925  | -5,087   | 0.00      |
| La Comprensión de textos                     | 2,40     | 1,053 | 4,63         | ,731  | -4,866   | 0.00      |
| La Producción de Textos                      | 3,08     | 1,393 | 4,96         | ,925  | -5,493   | 0.00      |
| Interacción con expresiones literarias       | 1,87     | 1,053 | 3,68         | ,731  | -5,493   | 0.00      |

- **Interpretación:** En la tabla 18, se presenta los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación después de aplicar el aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control,

donde se aprecia que el puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas en el grupo experimental y control **existe una diferencia significativa** para la variable y sus dimensiones lo que demostrado mediante el P-valor (P-valor es menor a 0.05), por lo cual rechazamos la afirmación de que los promedios son iguales tanto para el grupo experimental y control. Esto es de manera general.

### **5.1.2 Contrastación de hipótesis**

A continuación se describe la estadística descriptiva e inferencial relacionada al aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación, es decir se contrastan las hipótesis planteados en el capítulo de metodología, así mismo vale recalcar que todas las pruebas se emplearon un nivel de significancia de 5%.

#### **- Hipótesis general de investigación**

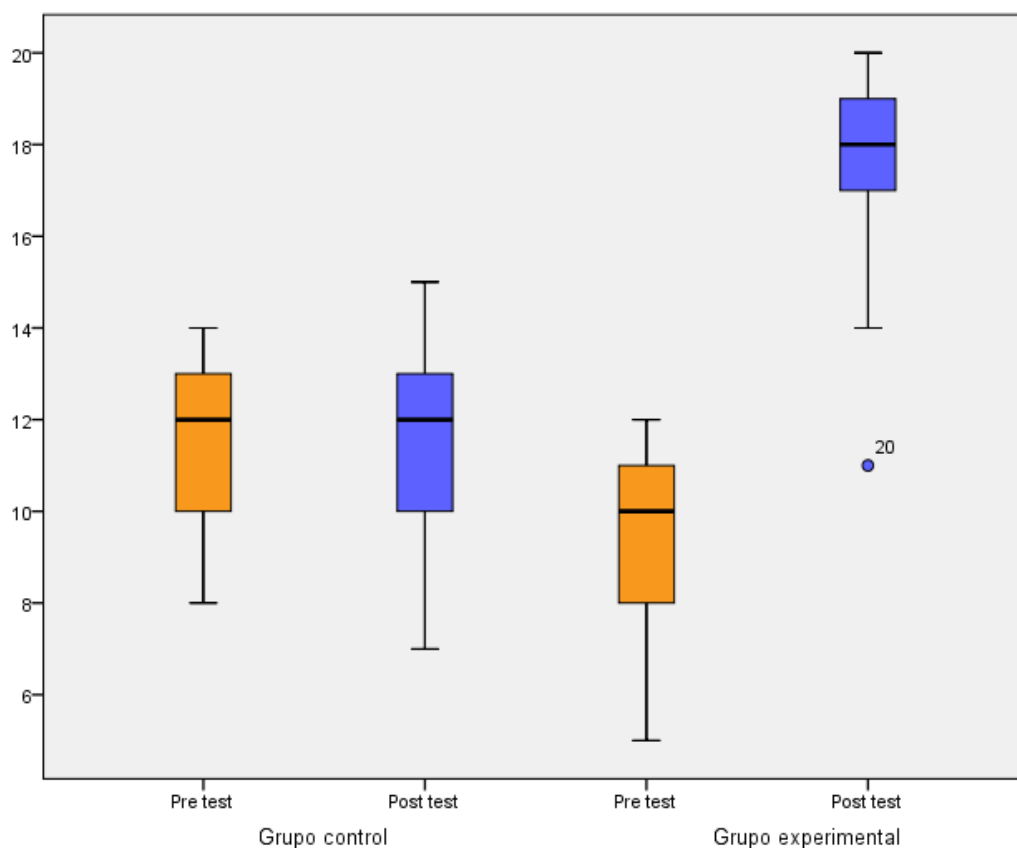
En la tabla 17, se presenta los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas antes de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control; donde se aprecia que el puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas en el grupo experimental control fue de 11.43 y 10.33 puntos respectivamente; según la prueba no paramétrica Mann Whitney, no existe diferencia significativa entre estos dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es mayor al nivel de significancia ( $p\text{-valor}=0.057 > 0.050$ ). En conclusión podemos decir que *no existe diferencia significativa en cuanto al puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas entre grupo experimental y control antes de aplicar el programa Mi novela favorita (condiciones iniciales)*.

#### **- Después programa *Mi novela favorita***

*Hipótesis nula:* No existe diferencia significativa en los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi Novela Favorita*.

*Hipótesis alterna:* Existe diferencia significativa en los puntajes de aprendizaje de las capacidades comunicativas entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

En la tabla 18, Se observa que el puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas en el grupo experimental y control es 17.77 y 11.40 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica de Mann Whitney; existe diferencia significativa entre los dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es menor al nivel de significancia ( $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$ ). *En conclusión podemos decir **existe diferencia significativa** en cuanto al puntaje promedio de aprendizaje de las capacidades comunicativas entre grupo experimental y control después de aplicar el programa Mi novela favorita.* (Ver figura 1)



**Figura 1.** Diagrama de cajas y bigote del puntaje de *aprendizaje de las Capacidades comunicativas* antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

Se observa que los puntajes en el grupo experimental en el pretest, es inferior al post test, así mismo los puntajes en el grupo control en el pretest y posttest, no presentan mejoras significativas.

#### **a) Hipótesis específica 1**

##### **- Prueba de condiciones iniciales (pre test)**

En la tabla 10, se presenta los puntajes del aprendizaje de la Expresión y comprensión oral del área de Comunicación antes de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control, donde se aprecia que el puntaje promedio de aprendizaje de la Expresión y comprensión oral en el grupo experimental y control fue de 4,27 y 4,37 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica Mann Whitney; no existe diferencia significativa entre estos dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es mayor al nivel de significancia ( $p\text{-valor}=,739 > .05$ ). En conclusión podemos decir que *no existe diferencia significativa en cuanto a la Expresión y Comprensión oral entre grupo experimental y control antes de aplicar el programa Mi novela favorita*

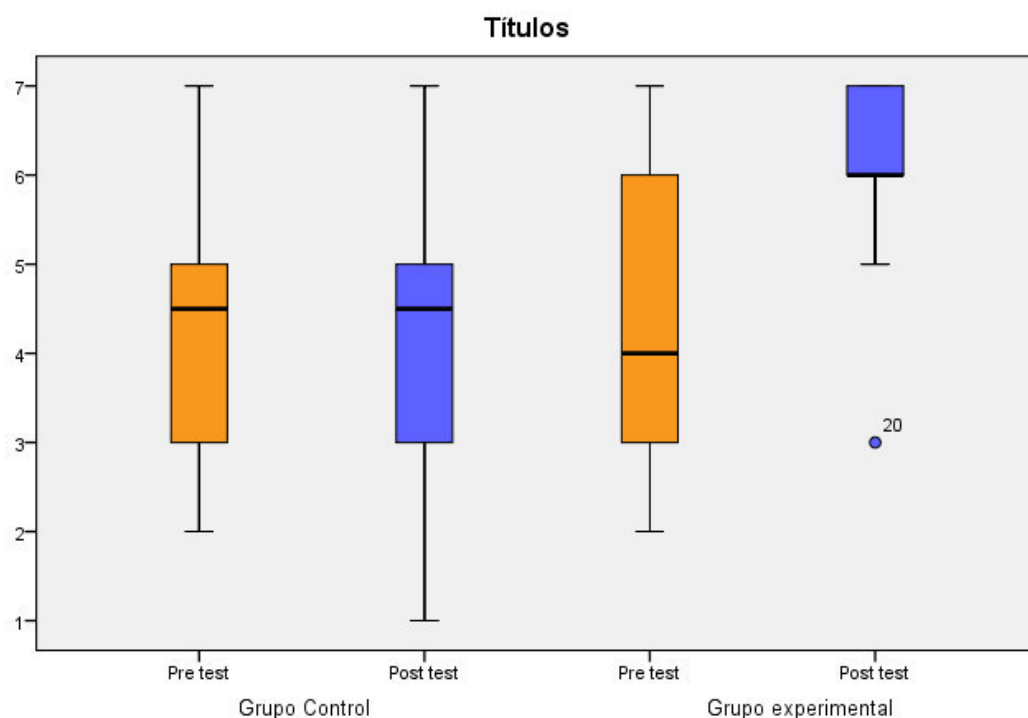
##### **- Después de aplicar el programa *Mi novela favorita* (pos test)**

*Hipótesis nula:* No existe diferencia significativa en el puntaje de la Expresión y comprensión oral del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

*Hipótesis alterna:* Existe diferencia significativa en el puntaje de la expresión y comprensión oral del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

En la tabla 11, Se observa que el puntaje promedio de la Expresión y comprensión oral del área de Comunicación, en el grupo experimental y control es 6,20 y 4,30 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica de Mann Whitney, por lo que **existe diferencia significativa entre los dos promedios**, puesto que el valor de la probabilidad es menor al nivel de significancia ( $p\text{-valor} = 0.00 < 0.05$ ). En conclusión podemos decir si *existe diferencia significativa en cuanto al puntaje promedio de la Expresión y*

*Comprensión Oral del área de Comunicación entre grupo experimental y control después de aplicar el programa Mi novela favorita. (Ver figura 2)*



**Figura 2.** Diagrama de cajas y bigote del puntaje promedio de la *Expresión y Comprensión Oral* del área de Comunicación antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

## b) Hipótesis específica 2

### - Prueba de condiciones iniciales

En la tabla 10, se presenta los puntajes en la Comprensión de Textos del área de Comunicación antes de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control, donde se aprecia que el puntaje en la Comprensión de Textos del área de Comunicación en el grupo experimental y control fue de 2,30 y 2,40 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica Mann Whitney no existe diferencia significativa entre estos dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es mayor al nivel de significancia ( $p\text{-valor}=,631 > ,05$ ). En conclusión podemos decir que *no existe diferencia significativa en la Comprensión de Textos del área de Comunicación entre grupo experimental y control antes de aplicar el programa Mi novela favorita.*

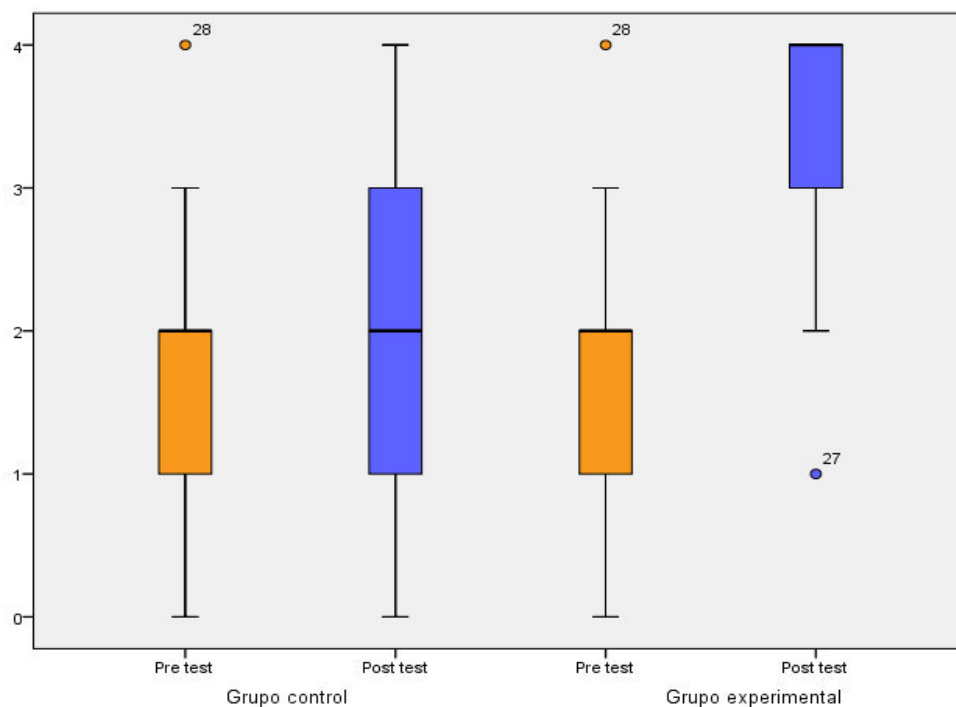


### - Después de aplicar el programa *Mi novela favorita*

*Hipótesis nula:* No existe diferencia significativa en el puntaje de la Comprensión de textos del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

*Hipótesis alterna:* Existe diferencia significativa en el puntaje de la Comprensión de textos del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

En la tabla 11, se observa que el puntaje promedio de la Comprensión de Textos en el grupo experimental y control es 4,63 y 2,40 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica de Mann Whitney, si existe diferencia significativa entre los dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es menor al nivel de significancia ( $p\text{-valor} = 0.00 < 0.05$ ). *En conclusión podemos decir que existe diferencia significativa en el puntaje promedio de la Comprensión de Textos del área de Comunicación entre los grupos experimental y control, después de aplicar el programa MNF.* (Figura 3)



**Figura 3:** Diagrama de cajas y bigote del Puntaje de la *Comprensión de Textos* del área de Comunicación antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control

### c) Hipótesis específica 3

#### - Prueba de condiciones iniciales

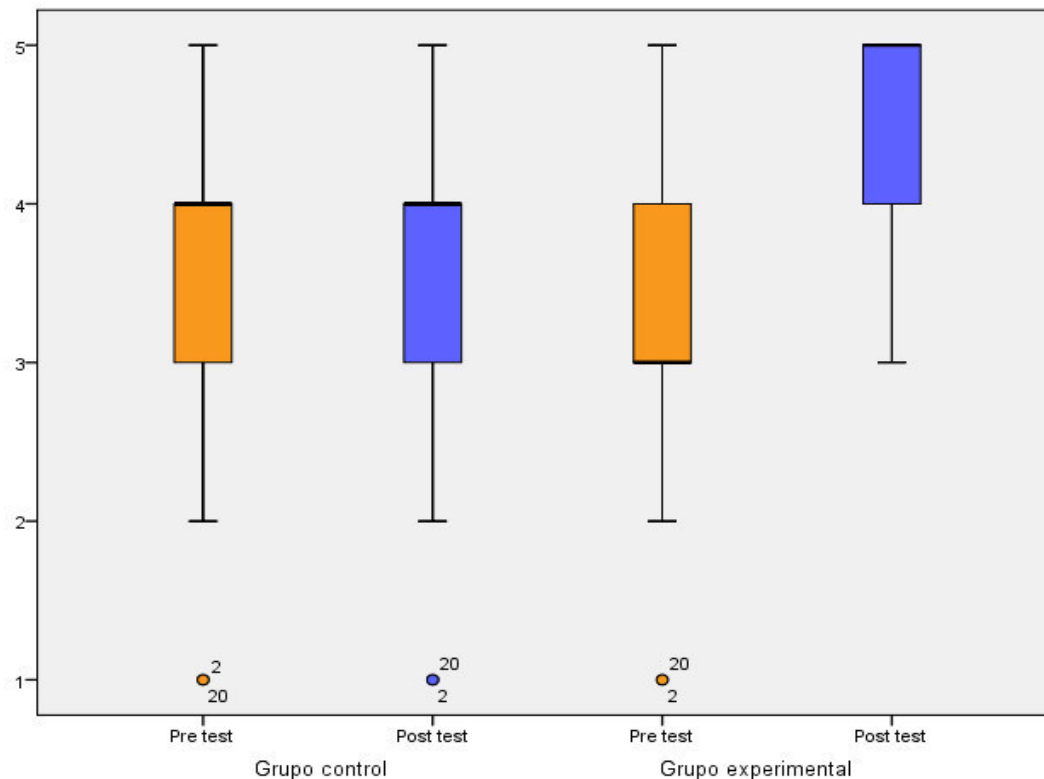
En la tabla 10, se presenta los puntajes en la Producción de Textos del área de Comunicación antes de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control, donde se aprecia que el puntaje promedio de aprendizaje significativo en el grupo experimental y control fue de 1,77 y 1,80 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica Mann Whitney no existe diferencia significativa entre estos dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es mayor al nivel de significancia ( $p\text{-valor}=,772>0.05$ ). En conclusión podemos decir que *no existe diferencia significativa en la Producción de Textos del área de Comunicación entre grupo experimental y control antes de aplicar el programa Mi novela favorita.*

#### - Después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

*Hipótesis nula:* No existe diferencia significativa en el puntaje de la Producción de Textos del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

*Hipótesis alterna:* Existe diferencia significativa en el puntaje de la Producción de Textos del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*

En la tabla 11, Se observa que el puntaje promedio de la Producción de textos del área de Comunicación en el grupo experimental y control es 3,50 y 1,83 puntos respectivamente, siendo más significativo el incremento en el grupo experimental, según la prueba no paramétrica de Mann Whitney existe diferencia significativa entre los dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es menor al nivel de significancia ( $p\text{-valor} =0.00< 0.05$ ). En conclusión podemos decir que *existe diferencia significativa en cuanto al puntaje promedio de la Producción de Textos del área de Comunicación entre grupo experimental y control después de aplicar el programa Mi novela favorita.* (Ver figura 4)



**Figura 4.** Diagrama de cajas y bigote del Puntaje de la *Producción de Textos* del área de Comunicación antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

#### d) Hipótesis específica 4

##### - Prueba de condiciones iniciales

En la tabla 10, se presenta los puntajes en el aprendizaje de la Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación antes de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control, donde se aprecia que el puntaje promedio en el aprendizaje Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en el grupo experimental control fue de 2,00 y 2,03 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica Mann Whitney no existe diferencia significativa entre estos dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es mayor al nivel de significancia ( $p\text{-valor}=0.602 > 0.05$ ). En conclusión podemos decir que *no existe diferencia significativa en el aprendizaje de Interacción con Expresiones Literarias del área de*

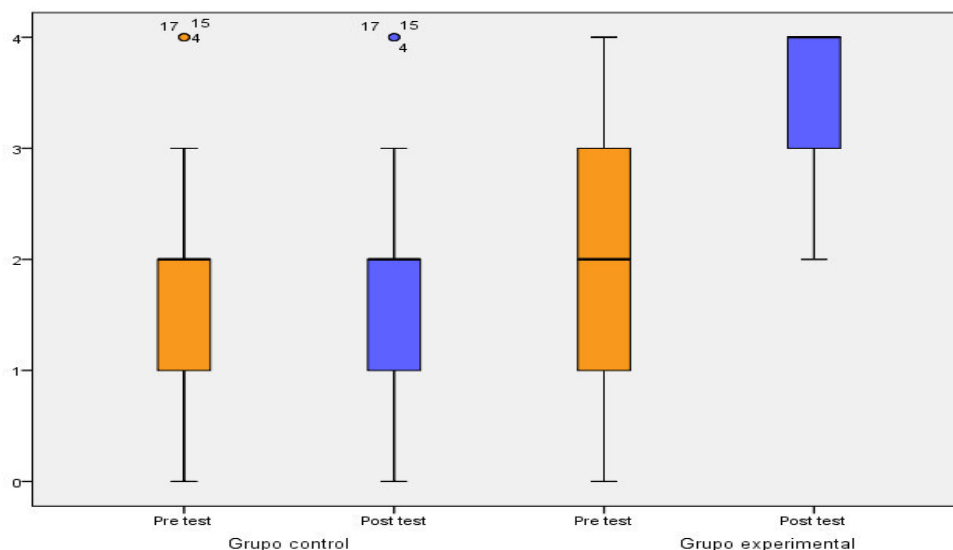
*Comunicación entre grupo experimental y control antes de aplicar el programa Mi novela favorita.*

**- Después de aplicar el programa *Mi novela favorita***

*Hipótesis nula:* No existe diferencia significativa en el aprendizaje Interacciones con de Expresiones Literarias del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

*Hipótesis alterna:* Existe diferencia significativa en el aprendizaje Interacciones con de Expresiones Literarias del área de Comunicación entre grupo el experimental y control después de aplicar el programa *Mi novela favorita*.

En la tabla 11, se observa que el puntaje promedio en el aprendizaje Interacciones con de Expresiones Literarias del área de Comunicación en el grupo experimental y control es 3,68 y 1,87 puntos respectivamente, según la prueba no paramétrica de Mann Whitney, existe diferencia significativa entre los dos promedios, puesto que el valor de la probabilidad es menor al nivel de significancia ( $p\text{-valor} = 0.000 < 0.05$ ). En conclusión podemos decir que *existe diferencia significativa en cuanto al puntaje promedio en el aprendizaje Interacciones con de Expresiones Literarias del área de Comunicación entre grupo experimental y control después de aplicar el programa Mi novela favorita.*



(Ver figura 5)

**Figura 5:** Diagrama de cajas y bigote del Puntaje en el aprendizaje de las Interacciones de Expresiones Literarias del área de Comunicación antes y después de aplicar el programa *Mi novela favorita*, tanto en el grupo experimental y control.

## CONCLUSIONES

- ✓ La investigación ha demostrado que la aplicación del programa radial *Mi Novela Favorita* produce efectos significativos en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada *America International School*.
- ✓ El presente trabajo de investigación demuestra que la aplicación del programa radial *Mi Novela Favorita* es significativo para el aprendizaje de la Expresión y Comprensión Oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ El programa radial *Mi Novela Favorita* produce un efecto significativo en el aprendizaje la Comprensión de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ La aplicación del programa radial *Mi Novela Favorita* ha demostrado una efectividad en el aprendizaje de la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.
- ✓ La escucha del programa radial *Mi Novela Favorita* produce efectos positivos en las Interacciones con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.

## **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda promover la escucha de programas radiales como parte del área de Comunicación, en las Instituciones Educativas y otras organizaciones de carácter cultural.
- ✓ Se aconseja capacitar a los docentes y alumnos en la producción de adaptaciones radiales, con la asesoría de comunicadores, propiciando la especialidad de los educadores, profesionales interdisciplinarios, acorde a las necesidades de la época.
- ✓ Se recomienda implementar talleres para el manejo del lenguaje radial en los docentes de la Educación Básica, para un mejor desarrollo del discurso pedagógico por su semejanza con el lenguaje radiofónico.
- ✓ Se recomienda continuar con las investigaciones sobre el uso de las adaptaciones radiales en la educación.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguaded, J. (1993). *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuestas desde los medios*. Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación
- Aguadero, F. (1997). *La cultura audiovisual*. Madrid: Ed. Ciencia 3.
- Alegría, A. (1988). *O.A.X. Crónica de la radio en el Perú (1925 – 1980)*. Lima: Radioprogramas Editores.
- Alfaro, R. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria.
- Aller García, C. (2004). Los textos orales al alcance de los niños en educación infantil. *Revista Electrónica Internacional Glosas Didácticas*, núm. 12, p. 142-151
- Alves, W. (1987). *La radio, la mayor pantalla del mundo*. Quito: Editorial Belén.
- Amable, R. (1990). *Guía de producción radiofónica*. Quito: Ciespal.
- ANDA <http://www.andaperu.net/andanews/articulos-y-entrevistas/8-medios/259-articulo-base-para-copiar176>
- Anda y Ramos, F. (2003). *La Radio: el Despertar del Gigante*. México: Trillas.
- Aparici, R. (2000). Trece mitos sobre las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. *Revista: Kikirikí - Cooperación Educativa*. No. 58
- Aparici, R. (2003a). *Comunicación Educativa en la Sociedad de la Información*. Madrid: UNED.
- Aparici, R. (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Aparici, R. (2010). *La educación mediática en la escuela 2.0*. Consultado el 10 de octubre de 2014 de [http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educacion\\_mediatuca\\_e20\\_julio20010.pdf](http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educacion_mediatuca_e20_julio20010.pdf)
- Archila, A. (2007). *Lentes rotos, oídos sordos: Cómo explicar lo que ocurrió con la adaptación radial de la Guerra de los Mundos*. Trabajo de grado para

optar por el título de Comunicadora Social. Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Bogotá, Colombia.

Azcárate, R. (2000). *Una aproximación al concepto comunicación y sus consecuencias en la práctica de las instituciones*. Nómadas, núm. 1, Universidad Complutense de Madrid.

Azinian, H. (2009). *Las tecnologías de la información y la comunicación en las prácticas pedagógicas*. Ediciones Novedades Educativas.

Ballesteros, T. (2012). *Historia de la radio*. Consultado el 25 de setiembre de 2014 de <http://es.slideshare.net/juanp4105/historia-de-la-radio-1735484>

Balsebré, A. (1994) *El Lenguaje Radiofónico*. Madrid: Cátedra.

Barbero, J. (1995). *Ensayo sobre identidad, comunicación y modernidad en América Latina*. Cali: FELAFACS.

Barcley, E. (2007). *Técnicas de aprendizaje colaborativo*. Madrid: MEC.

Bassets, L.I. (1951). *Introducción: elogio de la radiodifusión. Elementos de la historia de la radio*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica de Ecuador.

Berlo, D. (1996). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: Edit. El Ateneo.

Bisquerra, R. (1989). *Métodos de investigación educativa*. Barcelona: CEAC.

Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Santillana.

Boorsman, (1997) *Situación actual de la radio escolar. Aspectos de una investigación cualitativa de la radio escolar en la radio escolar en Europa: experiencias y tendencias para el conocimiento en América Latina*. Munich.

Bustamante, E. (2010). *Los primeros veinte años de la radio en el Perú*. Lima: Universidad de Lima.

Bustamante, E. (2012). *La historia de la radio en el Perú*. Consultado el 05 de octubre de 2014 de <http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/1061-la-historia-de-la-radio-en-el-peru-por-emilio-bustamante.html>



- Cabero, J. (1998) *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. En Lorenzo, M. y otros (coords): *Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales* (pp. 197-206). Granada: Grupo Editorial Universitario.
- Camacho, L. (1999). *La Imagen Radiofónica*. México DF: Mc Graw Hill.
- Cano, G. (2009). *Cuestionario sobre motivación lectora en una experiencia de Plan Lector*. Tesis para optar el título de Licenciado en Psicología. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Cárdenas, A. (2008). *Radio creativa en la radio escolar. Vía libre a la imaginación y la fantasía*. Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Carbonell, J. (2006). *La educación y su representación en los medios*. Madrid: Morata
- Carranza, J. (2010). *El plan lector en el fomento de hábitos de lectura en los alumnos del colegio Alpamayo*. Informe Profesional presentado para optar el título de Licenciado en Bibliotecología y Ciencias de la Información. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Castañeda, M. (2011). *Tecnologías digitales y el proceso de enseñanza-aprendizaje en la educación secundaria*. Tesis para optar el grado de Doctor. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España.
- Castells, M. (1997). *La era de la información*. Madrid: Alianza. Vol. 1.
- Castells. M. *Internet y la sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento*. Revisado el 17 de noviembre de 2014 de <http://www.uoc.edu/web/esp/articles/castells/castellsmain1.html>
- Castilla, P. (2013). *Las TIC*. Rescatado el 18 de noviembre de 2014, de [http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centrostic/14002984/helvia/aula/archivos/repositorio/1500/1663/html/web/Pablo\\_castilla/pablo\\_invento1.html](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centrostic/14002984/helvia/aula/archivos/repositorio/1500/1663/html/web/Pablo_castilla/pablo_invento1.html)
- Cebrián, M. (1995). *Información radiofónica*. Mediación técnica, tratamiento y programación. Madrid: Síntesis.
- Chacón, L. y Reyes, A. (2005). *El Quijote, una aventura de la Mancha a la radio*. Trabajo para optar el grado de Licenciadas en Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Contreras, A. (2000). *Imágenes e imaginarios de la comunicación-desarrollo*. Quito: CIESPAL.

Consejo Consultivo de Radio y Televisión (2008a). *Mi Novela Favorita se lleva Premio a la Excelencia ANDA 2008*. Consultado el 20 de diciembre de 2012, de <http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/175-mi-novela-favorita-se-lleva-premio-a-la-excelencia-anda-2008.html>

Cubas, R. (2002). *La radio infantil: un caso práctico, el programa Chibolos*. Tesis para lograr el título de Licenciada en Comunicación en la Universidad de Piura. Piura, Perú.

De Moragas, M. (1970). *Semiótica de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Diccionario Panhispánico de Dudas. <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/dpd>

Duque, D. y Oscullo, F. (2009). *Estudio y diseño de una estación de radio FM de baja potencia para la implementación en el cantón Rumiñahui*. Tesis para optar el título de Ingeniero Electrónico. Escuela Politécnica del Ejército. Quito, Ecuador.

Echeverría, Javier. (2001). Educación y sociedad de la información. *Revista de Investigación Educativa*, 19.

El Comercio (2015). *Cuando Lima se conectó a una radio*. Suplemento digital: Huellas digitales. Consultado el 13 de enero de 2015 de <http://elcomercio.pe/blog/huellasdigitales/2010/06/cuando-lima-se-conecto-a-una-r>

El Vigía (2012). *Día de la radiodifusión en Argentina*. Rescatado el 19 de noviembre de 2014, de <http://www.agenciaelvigia.com.ar/radiodifusion.htm>

Espina, L. (1985). *La radio, tecnología para la educación de adultos. La experiencia de Radio ECCA*. Newsletter Published by the European Bureau of Adult Education 1-2. 1985. Págs. 28 y 29.

Fernández, T. (2001). *Donde termina la palabra la música como terapia*. México: Edit. Plaza y Valdez S.A.

Fisher, L. y Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. México: Edit. Mc Graw Hill.

Flores, R. (2009). *La radionovela caraqueña del siglo XXI. Un espacio para la divulgación de clásicos de la literatura*. Tesis para alcanzar el grado de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- Freire, Paulo. (1997). *Educación y participación comunitaria*. En Castells, Manuel. y Otros. Nuevas perspectivas críticas en educación. Madrid: Alianza. Gabelas, A. (2010)
- Galarza (2003). *Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa: El caso IRFEYAL*. Tesis para lograr el grado de Doctor en Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.
- Gargurevich, J. (1995). *Peruvian Broadcasting, historia de la radio I*. Lima: Ediciones Comunicación.
- Gil, E. (2002). *Identidad y nuevas tecnologías: repensando las posibilidades de intervención para la transformación social*. Consultado el 26 de junio de 2014. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gil0902/gil0902.html>
- Herrería, A. (2011). *Adaptación radial de la obra Rupito de Monseñor Leonidas Proaño: como formato de incentivo a la lectura y apoyo en la cátedra de Literatura para estudiantes de los colegios de la ciudad de Ibarra*. Informe final para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social. Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Quito, Ecuador.
- Historia de la radio en el Perú y el mundo* (2014). Consultado el 16 de octubre del 2014, de <http://victorc4.wordpress.com/2009/09/17/historia-de-la-radio-en-el-peru-y-el-mundo/>
- Historia de la Radio (I): Orígenes y primeros receptores* (2013). Rescatado el 19 de noviembre de 2014 de <http://www.xatakahome.com/ocio/historia-de-la-radio-i-origenes-y-primeros-receptores>
- Jakobson, R. (1971). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Edit. Seix Barral.
- Jaramillo, E. (2003). *Desafíos de la radio en el nuevo milenio*. Editorial CIESPAL, Quito.
- Kaplún, M. (1978). *Producción de programas de radio*. Quito: Colección Intiyan, Nro. 6, Ciespal.
- Kaplún, M. (1982). *El Comunicador Popular*. Quito: Ciespal.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Edit. Pearson Prentice Hill.

- Lamb, Ch., Hair, J. y McDaniel, C.(2002). *Marketing*. México: International Thompson Editores S.A.
- Laswell, H. (s. f). *Estructura y función de la Comunicación en la sociedad*. En: Moragas Spá, Miquel (1985), *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.
- Legorburu, J.M. (2001). *Utilidad y eficacia de la comunicación radiofónica en el proceso educativo*. Memoria presentada para lograr el grado de Doctor en Comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.
- López, J. (1989). *La música en la radio popular*. Manual de capacitación No. 12. Quti: Edit. ALER.
- López, J. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: Artes Gráficas Silva.
- Málaga, F. (2013). *Formas tradicionales y contemporáneas de marketing en comunicación*. Separata de taller 2 del Diplomado en Comunicación Institucional. Instituto de Comunicación Integral de la Universidad Ricardo Palma. Lima, Perú.
- Málaga, F. (2013b). *El Mix Comunicacional*. Separata de taller 2 del Diplomado en Comunicación Institucional. Separata de taller 2 del Diplomado en Comunicación Institucional. Instituto de Comunicación Integral de la Universidad Ricardo Palma. Lima, Perú.
- Marcelo, C. (2007). *La formación docente en la sociedad del conocimiento y la información*. Avances y temas pendientes. En *Revista de Comunicación y Pedagogía*. No. 218, 52-61.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del hombre*. México: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Martí, J. (1990). *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feedback Ediciones.
- Martínez M. (2002). *Información Radiofónica*. Buenos Aires: Ariel
- Mata, M. y Scaratia, C. (1993). *Lo que dicen las radios*. Quito: Editorial Aler.
- McKernan, J. (1999). *Investigación-acción y currículum*. Madrid: Morata.
- Merayo, A. (2008). *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva*. Sevilla: Comunicación social ediciones y publicaciones, p. 336.

- Merayo, A. (2003). *Para entender la radio*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca
- Ministerio de Educación del Perú (2007a). *Directiva N° 02-2007 –ME –VMGP* aprobada por R.M. N° 0466 - 2007-ED. Lima: Imprenta del Ministerio de Educación.
- Melgarejo, I. y Rodríguez, M. (2013). La radio como recurso didáctico en el aula de infantil y primaria: los podcast y su naturaleza educativa. *Revista Tendencias Pedagógicas* N° 21. Universidad Católica San Antonio de Murcia.
- Montero, A. y Mandrillo, C.(2007) La radio como herramienta para la promoción de la lectura. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*. Año 4: No. 3, Septiembre-Diciembre 2007, pp. 57-70
- Muñoz, J. y Gil, C. (1997). *La Radio. Teoría y Práctica*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión Española.
- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. Consultado el 18 de abril de 2014 de <http://www.monografias.com/trabajos15/investig-cientifica/investig-cientifica.shtm>
- Navarro, C. (s.f). *Luces, cámara... RPP*. Consultado el 11 de agosto de 2011 de [http://www.poder360.com/article\\_detail\\_print.php?id\\_article=4707](http://www.poder360.com/article_detail_print.php?id_article=4707)
- Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- NTIC y TIC (2009). Recuperado el 13 de noviembre de 2014, de <http://laentretela.blogspot.com/2009/01/tic-no-ntic.html>
- Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación - NTIC* (2014). <http://fuerzaprofesional.wordpress.com/nuevas-tecnologias-de-la-informacion-y-de-la-comunicacion-ntic/>
- O'Guinn, T.; Allen, C.; y Semenik, R. (1999). *Publicidad*. Estados Unidos: Editorial Thompson.
- Ordóñez, F. (s.f.). *La radionovela como instrumento de poder en Latinoamérica*. Consultado el 09 de julio de 2014, de [http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el\\_espanol\\_en\\_la\\_sociedad/2\\_la\\_radio\\_en\\_espanol/ordonez\\_f.htm](http://congresosdelalengua.es/valladolid/ponencias/el_espanol_en_la_sociedad/2_la_radio_en_espanol/ordonez_f.htm)

- Paoli, J. (1989). *Comunicación e información, perspectivas teóricas*. México Editorial Trillas.
- Parlamento Andino (2013). *Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS)*. Rescatado el 25 de octubre de 2014, de <http://www.parlamentoandino.org/csa/documentos-de-trabajo/informes-ejecutivos/27-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-tics.html>
- Pedrero, M. (2011). *Tecnologías digitales y el proceso de enseñanza-aprendizaje en la Educación Secundaria*. Tesis para optar el grado de doctor Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid, España.
- Pérez, A., Benavente, T. y Moya P. (2013). Medios de comunicación: La radio. Curso de Ayudante de documentación de Medios de Comunicación. Consultado el 26 de octubre de 2014 de <http://es.slideshare.net/antoniojoseperezgomez>
- Pizarro (2008). *Aportes desde la comunicación a la educación: Una experiencia de aplicación del programa de televisión Costumbres en el aula escolar*. Tesis para optar el título de Licenciada en Comunicación. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Portocarrero, V. (2014). *La radio en el Perú*. Consultado el 11 de setiembre de 2014 de <http://historyperiodismoperu.blogspot.com/2011/06/la-radio-en-el-peru.html>
- Prado, E. (1981). *Estructura de la información radiofónica*. Barcelona: Edit. Ateneo.
- Prieto, D. (1988). *Análisis de mensajes*. Quito: CIESPAL.
- Radio Programas del Perú (2008a). *Cómo se produce Mi Novela Favorita*. Consultado el 12 de diciembre de 2012, de <http://radio.rpp.com.pe/minovelafavorita/como-se-produce-mi-novela-favorita/>.
- Ramírez, J., Martínez-Costa Pérez, M. (2014). *La radio peruana y las campañas sociales: características e impacto*. Navarra: Universidad de Navarra
- Restrepo, B.; Román, C. y Londoño, E. (2009). *Situación actual de la investigación y práctica discursiva sobre la evaluación del aprendizaje en e-learning en la educación superior*. Medellín: Fundación Universitaria Católica del Norte.

- Reyes, M. y Vorher, V. (2003). *Fundamentos conceptuales para el diseño de un noticiario en radio para niños y bases para su producción*. Tesis para alcanzar el grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de las Américas. Puebla, México.
- Ribet, C. (2014). *La radio*. Consultado el 17 de octubre de 2014 de <http://prezi.com/pmpakzxdhox3/la-radio/>
- Rincon, O. (2006). *Narrativas Mediáticas*. Barcelona: Gedisa.
- Robles, G. (2014). *Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y su influencia*. Rescatado el 20 de octubre de 2014, de <http://lasnticysuinfluenciaenlasu.blogspot.com/2014/05/nuevas-tecnologias-de-la-informacion-y.html>
- Rodero, E. (2008). Educar a través de la radio. *Revista Signo y Pensamiento* N° 52.
- Sánchez (2011) *Aproximación conceptual al proceso de realimentación en la educación virtual*. "Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No. 34, (septiembre-diciembre de 2011, Colombia), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>]
- Savater, F. (1994). *Sin contemplaciones*. España: Ediciones Ariel.
- Serrano, J. (1997). Hacia una cultura comunicativa. *Revista Comunicar* N° 8: La educación en los medios de comunicación. Andalucía (España).
- Stover, J. (1987). *History of the Baltimore and Ohio Railroad*. West Lafayette, Indiana: Purdue University Press. pp. 59–60.
- Subia, L., Mendoza, R, Rivera, A. (2012). *Influencia del programa Mis Lecturas Preferidas en el desarrollo del nivel de comprensión lectora de los estudiantes del 2do. grado de Educación Primaria de la Institución Educativa N° 71011, "San Luis Gonzaga" Ayaviri – Melgar – Puno 2011*. Tesis para obtener el grado de Magister en Educación. Universidad César Vallejo. Puno, Perú.
- Taufic, C. (s.f.). *Periodismo y lucha de clases*. Santiago de Chile: Edit. Akal.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1998). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- Terrones, E. (2009). *Glosario Radiofónico*. Consultado el 21 de octubre de 2014 de [http://vhterrones.byethost33.com/documents/Glosario\\_radiofonico.pdf](http://vhterrones.byethost33.com/documents/Glosario_radiofonico.pdf)
- Thompson, I. (2014). *Tipos de medios de comunicación*. Consultado el 12 de agosto de 2014 de <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion.html>
- Tipanluisa, G. (2010). *Análisis del contenido del programa radial Corrientes de opinión ciudadana de radio Novedades*. Tesis para optar el grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Técnica de Cotopaxi. Cotopaxi, Ecuador.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janes.
- Trilla, J., Lopez, F., Gross, B. (2003). *La educación fuera de la escuela*. Buenos Aires: Editorial Ariel Educación.
- Turrubiates, R. (2008). *El guion radiofónico*. Tampico: Universidad Interamericana Para el Desarrollo.
- Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación*. Madrid: Síntesis sociológica.
- Valles, A. y Valles, C. (1996). *Las habilidades sociales en la escuela: una propuesta curricular*. Madrid: EOS Gabinete de Orientación Psicológica.
- Villamarín, J. (1997). *Síntesis de la historia universal de la Comunicación Social y el Periodismo*. Quito: Ramandí.
- Watzlawick, P.; Beavin, J.; Jackson, D. (2002). *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Zapata, J. (2010). *Aprendiendo a investigar en educación*. Recuperado de: <http://edu-cambio.blogspot.com/>. Consulta: 8 de enero de 2011
- Zeta, R. (2003). *RPP: 40 años integrando al país*. Universidad de Piura. Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de <http://www.udep.edu.pe/publicaciones/desdelcampus/new903.html>



# **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título:** Aplicación del programa radial *Mi novela favorita* en el aprendizaje de las capacidades comunicativas en los alumnos de Educación Secundaria.

**Autora:** Zulema Daría Leiva Bazán

| Problema  | Objetivos   | Hipótesis   | Variables   | Dimensiones   | Indicadores   | Metodología  |
|---|---|---|---|---|---|--|
| <p><b>Problema General</b><br/>¿Qué efectos produce la aplicación del programa <i>Mi novela favorita</i> en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada <i>América International School</i>?</p> <p><b>Problemas Específicos</b><br/>¿Cómo son los aprendizajes de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria del grupo control y/o experimental antes y después de aplicar el programa <i>Mi Novela Favorita</i>?</p> <p>¿Qué efectos produce la aplicación del programa <i>Mi Novela Favorita</i> en el aprendizaje de la expresión y comprensión oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?</p> | <p><b>Objetivo General</b><br/>Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa <i>Mi novela favorita</i> en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada <i>América International School</i>.</p> <p><b>Objetivo Específicos</b><br/>Describir y analizar los aprendizajes de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria del grupo control y/o experimental antes y después de aplicar el programa <i>Mi Novela Favorita</i>.</p> <p>Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa <i>Mi Novela Favorita</i> en el aprendizaje de la expresión y comprensión oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.</p> | <p><b>Hipótesis General</b><br/>La aplicación del programa <i>Mi novela favorita</i> produce efectos significativos en el aprendizaje de las capacidades comunicativas del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria de la Institución Educativa Privada <i>América International School</i>.</p> <p><b>Hipótesis Específicas</b><br/>La aplicación del programa <i>Mi Novela Favorita</i> produce un efecto significativo en el aprendizaje de la expresión y comprensión oral del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.</p> <p>La aplicación del programa "Mi Novela Favorita" produce un efecto significativo en la Comprensión de textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.</p> | <p><b>Variable independiente:</b><br/>Programa radial <i>Mi novela favorita</i></p> | <p>Aproximación al lenguaje radial</p> <p>Aproximación a la novela</p> <p>Aproximación a la trama de la secuencia radial de la novela.</p> <p>Aproximación a la realidad del educando</p> <p>Transferencia de la audición</p> | <p><b>Programa/actividades</b><br/>Sesión de aprendizaje N° 1</p> <p>Sesión de aprendizaje N° 2 y 3</p> <p>Sesión de aprendizaje N° 4 y 5</p> <p>Sesión de aprendizaje N° 6 y 7</p> <p>Sesión de aprendizaje N° 8, 9 y 10</p> | <p><b>Forma de investigación</b><br/>Aplicada</p> <p><b>Enfoque</b><br/>Cuantitativa</p> <p><b>Tipo de estudio</b><br/>Experimental</p> <p><b>Nivel</b><br/>Descriptivo</p> <p><b>Método</b><br/>Experimental</p> <p><b>Diseño de estudio</b><br/>Cuasi experimental pre-postprueba y grupo control</p> <p><b>Esquema</b><br/>GE 01 X 03<br/>GC 02 04</p> <p><b>Técnicas</b><br/>- Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b><br/>- Cuestionarios de pre y post prueba</p> |

|   |  |   |  |  |   |   |
|---|--|---|--|--|---|---|
| <p>¿Qué efectos produce la aplicación del programa "Mi Novela Favorita" en la Comprensión de textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?</p> <p>¿Qué efectos produce la aplicación del programa "Mi Novela Favorita" en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?</p> <p>¿Qué efectos produce la aplicación del programa Mi novela favorita en la Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria?</p> | <p>Educación Secundaria</p> <p>Demostrar los efectos que produce la aplicación del programa "Mi Novela Favorita" en la Comprensión de textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria</p> <p>Probar los efectos que produce la aplicación del programa "Mi Novela Favorita" en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria</p> <p>Contrastar los efectos que produce la aplicación del programa Mi novela favorita en la Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.</p> | <p>La aplicación del programa "Mi Novela Favorita" produce un efecto significativo en la Producción de Textos del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria</p> <p>La aplicación del programa Mi novela favorita produce un efecto significativo en las Interacción con Expresiones Literarias del área de Comunicación en los alumnos de VII ciclo de Educación Secundaria.</p> | <p><b>Variable dependiente:</b></p> <p>Aprendizaje de capacidades comunicativas del área de Comunicación</p> | <p>Expresión y comprensión oral</p> <p>Comprensión de textos</p> <p>Producción de Textos</p> <p>Interacción con Expresiones Literarias</p> | <p><b>Indicadores</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Veracidad y sinceridad del mensaje transmitido.</li> <li>- Lenguaje, postura corporal, acorde a la situación comunicativa.</li> <li>- Coherencia, vocabulario y entonación.</li> <li>- Utilización de mecanismos no lingüísticos.</li> <li>- Escucha atenta y comprensiva del mensaje del interlocutor.</li> <li>- Reconocimiento, análisis y evaluación de ideas, personajes, tema, contexto y mensaje.</li> <li>- Análisis de textos</li> <li>- Grado de criticidad</li> </ul> <p><b>Aspectos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Textual</li> <li>- Pragmático</li> <li>- Lingüístico</li> <li>- Formal y externo</li> <li>- Interpretación de textos literarios</li> <li>- Creación de textos literarios</li> <li>- Vinculación con tradiciones literarias interculturalmente</li> </ul> | <p><b>Población</b></p> <p>Constituida por todos los alumnos de Educación Secundaria de la IEP en mención (600 alumnos).</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>Conformada por 60 alumnos del VII ciclo de Educación Secundaria de la IEP <i>America International School</i></p> <p>30 estudiantes para el grupo de control y 30 estudiantes para el grupo experimental.</p> |
|---|--|---|--|--|---|---|

## **ANEXO 2:**

## **PROGRAMA *MI NOVELA FAVORITA***

### **I. OBJETIVOS:**

#### **Objetivo General:**

Desarrollar el aprendizaje de las capacidades comunicativas en los alumnos, a través de la escucha de obras literarias adaptadas a la radio.

#### **Objetivos Específicos:**

- Proporcionar una alternativa de entretenimiento, a través de la radio.
- Facilitar a los estudiantes el disfrute de la literatura en circunstancias en los que leer no es posible o no es práctico.
- Aplicar la escucha del programa.
- Conocer las deficiencias en las capacidades comunicativas.

### **II. JUSTIFICACIÓN:**

Existe necesidad de dotar a los alumnos de capacidades comunicativas a través de la escucha del programa radial *Mi Novela Favorita*. Los estudiantes peruanos se encuentran disminuidos en las capacidades comunicativas. También se emplearán estas adaptaciones radiales como estrategia de enseñanza.

Existe la necesidad de reafirmar la función de la radio.

### **III. PARTICIPANTES:**

Estudiantes del VII ciclo del Educación Básica de la Institución Educativa Privada *América International School* de la Ugel 15.

### **IV. TEMPORALIDAD:**

Tres meses (Marzo, abril y mayo de 2015)

### **V. FRECUENCIA:**

Una vez a la semana (días viernes), sesiones de dos horas.

## **VI. CONTENIDO:**

Un ciclo de emisión del programa radial, con apoyo de CD conteniendo el programa Mi Novela Favorita.

Se escucharán las siguientes obras:

- La madre
- La metamorfosis
- Los Miserables
- Dr. Jekyll y Mr. Hide
- La Guerra de los Mundo
- Robinson Crusoe
- El Príncipe y el Mendigo
- El Caballero Carmelo
- Retrato de Dorian Grey
- Madame Bovary
- Aves sin nido
- Viaje al centro de la Tierra

## **VII. LUGAR**

Aula de Innovación y tecnología del colegio.

## **VIII. EVALUACIÓN**

a) Al término de cada sesión se realizará un informe evaluativo, en el que se adjuntarán las evidencias de los resultados.

b) Al finalizar todos los módulos, se organizará un informe consolidado de todas las actividades realizadas, considerando una apreciación de los objetivos planteados y las propuestas que se obtengan en su desarrollo, darán como respuesta.

## **IX. ACTIVIDADES**

## PROGRAMA MI NOVELA FAVORITA

| <b>MÓDULO N° 01</b>   |  |  |                    |
|---|--|--|--------------------|
| <b>Mes:</b> Marzo de 2015   |  | <b>LUGAR:</b> Auditorio del Consorcio Educativo Privado<br><i>América International School</i> |                    |
| <b>SESIÓN<br/>FECHA</b>   | <b>CONTENIDO</b>   | <b>ESTRATEGIAS<br/>METODOLÓGICAS</b>   | <b>RESPONSABLE</b> |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 1<br>Viernes<br>13 de marzo<br>de 2015 | Apertura del Programa<br>Presentación<br>Toma de la preprueba<br>Explicación de la metodología<br>Escucha de la obra:<br><b>La madre</b><br>Responder cuestionario de obra<br>Finalización de sesión | - Metodología activa<br><br>- Lluvia de<br>preguntas<br><br>- Adaptación<br>literaria          | Docente            |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 2<br>Viernes<br>20 de marzo<br>de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>La metamorfosis</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión                                       |  |                    |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 3<br>Viernes<br>27 de marzo<br>de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Los Miserables</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión  |  |                    |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 4<br>Viernes<br>03 de abril de<br>2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Dr. Jekyll y Mr. Hide</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión                                 |  |                    |

| <b>MÓDULO N° 02</b>   |   |  |                    |
|---|---|--|--------------------|
| <b>FECHA:</b> 20 de marzo de 2015                               |   | <b>LUGAR:</b> Auditorio del Consorcio Educativo Privado<br><i>América International School</i> |                    |
| <b>SESIÓN<br/>FECHA</b>   | <b>CONTENIDO</b>  | <b>ESTRATEGIAS<br/>METODOLÓGICAS</b>   | <b>RESPONSABLE</b> |
| Sesión de aprendizaje<br>N° 5<br>Viernes<br>10 de abril de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>La Guerra de los Mundo</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión   | - Metodología activa<br><br>- Lluvia de preguntas<br><br>- Adaptación literaria                | Docente            |
| Sesión de aprendizaje<br>N° 6<br>Viernes<br>17 de abril de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Robinson Crusoe</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión          |  |                    |
| Sesión de aprendizaje<br>N° 7<br>Viernes<br>24 de abril de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>El Príncipe y el Mendigo</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión |  |                    |
| Sesión de aprendizaje<br>N° 8<br>Viernes<br>01 de mayo de 2015  | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>El Caballero Carmelo</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión     |  |                    |

| <b>MÓDULO N° 03</b>   |   |  |                     |
|---|---|--|---------------------|
| <b>FECHA:</b> 27 de marzo de 2015<br>Privado                          |   | <b>LUGAR:</b> Auditorio del Consorcio Educativo<br><i>América International School</i> |                     |
| <b>SESIÓN<br/>FECHA</b>   | <b>CONTENIDO</b>  | <b>ESTRATEGIAS<br/>METODOLÓGICAS</b>   | <b>RESPONSABLES</b> |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 9<br>Viernes<br>01 de mayo<br>de 2015  | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra<br>Preguntas del profesor:<br><b>Retrato de Dorian Grey</b><br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión       | - Metodología activa<br><br>- Lluvia de preguntas<br><br>- Adaptación literaria        | Docente             |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 10<br>Viernes<br>08 de mayo<br>de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Madame Bovary</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión                |  |                     |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 11<br>Viernes<br>15 de mayo<br>de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Aves si nido</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión                 |  |                     |
| Sesión de<br>aprendizaje<br>N° 12<br>Viernes<br>22 de mayo<br>de 2015 | Motivación de la actividad<br>Escucha de la obra:<br><b>Viaje al centro de la Tierra</b><br>Preguntas del profesor<br>Elaboración de cuestionario<br>Finalización de sesión |  |                     |



### **ANEXO 3:**

### **RESUMEN DE OBRAS**

#### **La Madre**

Autor: Máximo Gorki

Narra la historia de una campesina rusa, Pelagia, personaje con el cual Gorki pretende simbolizar el despertar del pueblo ruso a la realidad socialista, atacando al tiempo las instituciones. Por estas razones, la novela fue inicialmente prohibida por la censura rusa.

La novela arranca con el fallecimiento del marido de Pelagia, un hombre cruel capaz de martirizarla física y anímicamente durante los años que duró su matrimonio. Fruto del mismo, Pelagia tiene un hijo (Pavel), cuyo carácter se va tornando cada vez más reservado. La madre no obtendrá explicación de este cambio de comportamiento hasta que un día Pavel decide celebrar una reunión con algunos de sus compañeros en su propio hogar. En esa reunión, la madre tomará conocimiento de las inclinaciones políticas de su hijo y conocerá a las personas que componen su círculo más íntimo.

#### **La metamorfosis**

Autor: Franz kafka

En esta corta novela el autor, Franz Kafka, cuenta la historia de un joven llamado Gregorio que ve como su vida cambia radicalmente después de convertirse en un insecto.

Al final de la novela, Gregorio muerto, y lo tira a la basura. Comienza entonces otro cambio para la familia, pero esta vez para bien.

#### **Los Miserables**

Autor: Víctor Hugo

Narra la vida de un hombre bueno que es encarcelado por muchos años por haber robado un pedazo de pan para alimentar a sus hijos. Al salir de la cárcel su vida estará marcada por sus esfuerzos por reinvidicarse ante la sociedad, que se empeña en devaluarlo constantemente.

#### **Dr. Jekyll y Mr. Hide**

Autor: **Robert Luis Stevenson**

Acerca de un abogado, Gabriel John Utterson, que investiga la extraña relación entre su viejo amigo, el Dr. Henry Jekyll, y el misántropo Edward Hyde.

El libro es conocido por ser una representación vívida de la psicopatología correspondiente a un desdoblamiento de personalidad. El libro fue un éxito inmediato y uno de los más vendidos de Stevenson. Las adaptaciones de teatro comenzaron en Boston y Londres un año después de su publicación y continúa inspirando películas e interpretaciones interesantes.

### **La Guerra de los Mundos**

Autor: **H. G. Wells**

La guerra de los mundos es una novela de ciencia ficción publicada por primera vez en 1898, que describe una invasión marciana de la Tierra. Es la primera descripción conocida de una invasión alienígena de la Tierra, y ha tenido una indudable influencia sobre las posteriores y abundantes versiones de esta misma idea. De la novela de Wells se han hecho adaptaciones a diferentes medios: películas, programas de radio, cómics y series de televisión.

### **Robinson Crusoe**

Autor: Daniel Defoe

Robinson Crusoe es la obra más famosa de Daniel Defoe, publicada en 1719 y considerada la primera novela inglesa. Es una autobiografía ficticia del protagonista, un náufrago inglés, que pasa veintiocho años en una remota isla tropical.

La historia tuvo como inspiración unos hechos reales ocurridos a Pedro Serrano y Alexander Selkirk. El título completo es La vida e increíbles aventuras de Robinson Crusoe, marinero de York; quien tras ser el único superviviente de un barco mercante, náufrago veintiocho años completamente solo en una isla deshabitada cerca a la desembocadura del río Orinoco de América, y posteriormente liberado insólitamente por piratas; escrito por él mismo.

### **El Príncipe y el Mendigo**

Autor: Mark Twain

Los niños intercambian sus roles, Tom Canty toma el lugar de Eduardo en el palacio y Eduardo toma el lugar de Tom en su casa. Nadie cree a Eduardo cuando dice que él no es Tom, sino el verdadero príncipe. El padre de Tom lo maltrata y el príncipe escapa con ayuda de un noble caído en desgracia, Miles Hendon. En el palacio nadie cree a Tom al decir que él no es realmente Eduardo y piensan que el príncipe se ha

vuelto loco. Mientras tanto Enrique VIII muere y se hacen los preparativos para la sucesión.

Después de una serie de aventuras, Eduardo logra intercambiar su lugar con Tom justo cuando éste estaba a punto de ser coronado. Tom está ansioso por renunciar al trono pero los nobles se niegan a creer que el niño que se les aparece como un mendigo es el verdadero rey, hasta que les describe el sello real que había escondido antes de salir del palacio y que Tom había tomado por un abrenueces. Miles es recompensado con el título de duque y con el extraordinario permiso de sentarse en presencia del rey, reservado sólo a la familia real. Tom, como agradecimiento por apoyar la reclamación del nuevo trono, recibe el título de "Protegido del Rey".

### **El Caballero Carmelo**

Autor: Abraham Valdelomar

Su relato más famoso, El Caballero Carmelo, lo escribió en Italia y es, curiosamente, en un artista que se jactaba de ser europeizante esteticista y decadente, una evocación costumbrista de un recuerdo de infancia. Aunque la historia central del cuento es la pelea entre dos gallos famosos: el Ajisecho y el caballero Carmelo, acaso lo más bello de la historia sea la delicada y melancólica pintura del pueblo de pescadores de San Andrés donde aquel combate ocurre. La historia está narrada desde la perspectiva de un niño y en ella aparecen las costumbres del pueblo, la vida familiar, las comidas y las diversiones que rodeaban a los combates de gallos en una improvisada gallera desde cuyas tribunas se escucha el rumor del mar.

### **Retrato de Dorian Grey**

Autor: Oscar Wilde

La novela cuenta la historia de un joven llamado Dorian Gray, retratado por el artista Basil Hallward, quien queda enormemente impresionado por la belleza física de Dorian y comienza a encapricharse con él, creyendo que esta belleza es la responsable de la nueva forma de su arte. Charlando en el jardín de Basil, Dorian conoce a Lord Henry Wotton, un amigo de Basil, y empieza a cautivarse por la visión del mundo de Lord Henry. Exponiendo un nuevo tipo de hedonismo, Lord Henry indica que "lo único que vale la pena en la vida es la belleza, y la satisfacción de los sentidos". Al darse cuenta de que un día su belleza se desvanecerá, Dorian desea tener siempre la edad de cuando le pintó en el cuadro Basil.

El deseo de Dorian se cumple, mientras él mantiene para siempre la misma apariencia del cuadro, la figura en él retratada envejece por él. Su búsqueda del placer lo lleva a una serie de actos de libertinaje y perversión; pero, el retrato sirve como un recordatorio de los efectos de cada uno de los actos cometidos sobre su alma, con cada pecado siendo expuesto como una desfiguración de su rostro o a través de un signo de envejecimiento.

### **Madame Bovary**

Autor: Gustave Flaubert

Origen pequeño burgués rural de Charles Bovary, infancia e influencia de la madre en su temperamento y educación. Charles se recibe a fuerza de empeño como médico y su madre le casa con la viuda Heloise, de aparente buena dote. Conoce a Emma Roualt, hija de un paciente, de la que prontamente se enamora. La mujer de Charles muere súbitamente y Charles a instancias del padre de Emma se casa con ella en medio de una exuberante fiesta campestre. Emma se desencanta y literalmente enferma de la sencilla y llana vida que le ofrece su nada romántico marido. Charles en busca de una solución y sin nunca sospechar la verdadera causa de la enfermedad de Emma, migra con ésta desde Tostes a la ciudad de Yonville. Emma se encuentra embarazada.

### **Viaje al centro de la Tierra**

Autor: Julio Verne

El profesor alemán Otto Lidenbrock descubre un escrito cifrado de Arne Saknussem (basado en la figura de Arne Magnussen, un escritor y recopilador de sagas nórdicas), un sabio islandés del siglo XII, quien afirma haber llegado al centro de la Tierra. El profesor Lidenbrock pretende seguir los pasos de Saknussem y emprende una expedición acompañado por su escéptico sobrino Axel y el impasible guía islandés Hans.

El grupo ingresa por un volcán hacia el interior del globo terráqueo, en donde vivirán innumerables peripecias, incluyendo el asombroso descubrimiento de un mar interior y un mundo mesozoico completo enterrado en las profundidades así como la existencia de iluminación de carácter eléctrico.

**ANEXO 4:****FICHA TÉCNICA**

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Nombre del instrumento: | Cuestionario de capacidades comunicativas  |
| Autora:                 | Leiva, Z. (según DCN – Ministerio de Educación)  |
| Administración:         | Individual   |
| Tiempo de aplicación:   | En promedio 40 minutos   |
| Significación:          | Evalúa las capacidades comunicativas del Área de Comunicación del VII Ciclo de la Educación Básica Regular             |
| Tipificación:           | Piloto realizado a 20 alumnos de la Institución Educativa Privada “América International School” de la Ugel 05 de Lima |

Dimensiones que evalúa:

**a) EXPRESIÓN Y COMPRENSIÓN ORAL**

- Veracidad y sinceridad del mensaje transmitido.
- Lenguaje, postura corporal, acorde a la situación comunicativa.
- Coherencia, vocabulario y entonación.
- Utilización de mecanismos no lingüísticos.
- Escucha atenta y comprensiva del mensaje del interlocutor

Esta dimensión mide la expresión de las ideas con claridad y fluidez en situaciones comunicativas interpersonales, la utilización en forma pertinente las cualidades de la voz, el registro lingüístico y los recursos no verbales. Se evalúa también, la comprensión del mensaje de los demás, asumiendo posiciones críticas, y valora los giros expresivos de su comunidad en el marco del diálogo intercultural.

**b) COMPRENSIÓN DE TEXTOS**

- Reconocimiento, análisis y evaluación de ideas, personajes, tema, contexto y mensaje.
- Análisis de textos
- Grado de criticidad

Grado en que se comprenden los textos de distinto tipo, según su propósito de lectura; los contrasta con otros textos; opina críticamente sobre las ideas del autor y el lenguaje utilizado; y valora los elementos lingüísticos y no lingüísticos que favorecen la comprensión del texto.

### c) PRODUCCIÓN DE TEXTOS

- Aspectos:
  - Textual
  - Pragmático
  - Lingüístico
  - Formal y externo

Con esta dimensión se explora la producción de textos de distinto tipo, en forma adecuada, fluida, original y coherente; en función de diversos propósitos y destinatarios; utilizando de modo reflexivo los elementos lingüísticos y no lingüísticos para lograr textos de mejor calidad.

### d) INTERACCIÓN CON EXPRESIONES LITERARIAS

- Interpretación de textos literarios
- Creación de textos literarios
- Vinculación con tradiciones literarias interculturalmente

Graduación de la práctica de diversas formas de la interacción con textos literarios diversos, su creación y su vinculación con tradiciones literarias en forma intercultural.

### Modalidades del examen:

A partir del tercer año de secundaria (VII ciclo de EBR), aplicar el cuestionario (puede ser individual o colectiva) calificándose de acuerdo a la clave. Después se usará el análisis estadístico SPSS para arribar a los resultados.

### Escala valorativa:

| ESCALA VALORATIVA DE LAS CAPACIDADES COMUNICATIVAS  |   |   |                      |
|---|---|---|----------------------|
| D<br>I<br>M<br>E<br>N<br>S<br>I<br>O<br>N<br>E<br>S | Expresión<br>y comprensión oral           | 0 | Respuesta incorrecta |
|   |   | 1 | Respuesta correcta   |
|   | Comprensión de textos                     | 0 | Respuesta incorrecta |
|   |   | 1 | Respuesta correcta   |
|   | Producción<br>de textos                   | 0 | Respuesta incorrecta |
|   |   | 1 | Respuesta correcta   |
|   | Interacción con<br>Expresiones Literarias | 0 | Respuesta incorrecta |
|   |   | 1 | Respuesta correcta   |

**Confiabilidad:**

Para la estandarización del instrumento se usó el Coeficiente Alfa de Cronbach, cuya consistencia interna de los coeficientes de confiabilidad van de 0 a 1, donde 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total. La muestra usada fue de 30 individuos, de ambos sexos, estudiantes del colegio en mención.

| No. Elementos  | Resultado | Nivel de confiabilidad |
|----------------|-----------|------------------------|
| 20 estudiantes | 0,85      | Confiabilidad alta     |

**Validez:** Para dar por válido este instrumento se recurrió a la apreciación de cinco expertos, quienes revisaron el instrumento llegando a darle la puntuación de **84,2**.

**CONCLUSIÓN:** Como se puede apreciar, el resultado tiene un valor de **0,85**; lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad. En cuanto a la validez, los expertos le dieron una calificación de **84,2**; validando su uso para la recolección de datos

## **ANEXO 5: PRUEBA DE CAPACIDADES COMUNICATIVAS**

En esta prueba, se evalúan cuatro dimensiones de las Capacidades Comunicativas del área de Comunicación. Para evaluar cada una utilizamos preguntas en las cuáles debe marcar la alternativa correcta y en algunas responder de acuerdo a lo solicitado.

Lea con atención antes de contestar.

Tiempo de la prueba: 40 minutos

### **1. Al dirigirme a un auditorio debo:**

- A. Organizar información antes de hablar
- B. Solo concentrarme en lo que digo
- C. Observa las características del auditorio.
- D. A y B

### **2. En mis discursos empleo:**

- A. Un lenguaje culto
- B. Un lenguaje coloquial
- C. Combino ambos
- D. Hablo sin cuidado

### **3. Cuando opino:**

- A. Demuestro seguridad al hablar, porque sé lo que digo.
- B. Me da desconfianza expresarme.
- C. Pienso antes de comentar.
- D. Hablo lo primero que me viene a la mente.

### **4. Escriba V si es verdadero o falso, a los siguientes enunciados**

En una exposición:

- Organizo mis palabras, dependiendo de la situación. ( )
- Trato de hablar con claridad. ( )
- Mi voz siempre debe ser alta. ( )
- No importa si pronuncio mal pues nadie me conoce. ( )
- Hablo rápido para terminar mi exposición. ( )

### **5. Cuando interactúas con tus compañeros:**

- A. Escuchas a tus interlocutores



- B. Das oportunidad para refutar
- C. Tiendo a salirme del tema en una conversación
- D. Ninguno

**6. ¿Qué elementos identifico en el lenguaje de programas radiales?**

- A. Efectos
- B. Sonidos
- C. Silencio
- D. Melodía

**7. En tu escucha, logras entender un tema:**

- A. En su totalidad
- B. En su mayor parte
- C. Casi nada
- D. No entiendes

**8. En una conversación, ¿se da cuenta que la otra persona quiere terminar de hablar sin necesidad de que te lo diga?**

Si (    )                      No (    )

**9. Partes que compone la expresión oral:**

- A. Inicio – conclusión – refutación
- B. Inicio - desarrollo - conclusión
- C. Desarrollo – presentación - conclusión
- D. Tesis - síntesis – antítesis

**10. Lectura (lee con atención y responde las preguntas)**

"Por lo que se ha dicho anteriormente, pareciera a primera vista que escritores del periodo asignaban a la literatura una función similar a la utilitarista neoclásica o a la edificante romántica. Sin embargo, no era así. Por el contrario, existía una marcada diferencia en el uso que daban los naturalistas al texto escrito con respecto a los escritores anteriores. En efecto desde el instante que se considera a la obra literaria como un documento revelador de condiciones sociales, se le está designando directamente una función cognoscitiva. La literatura sirve para conocer la realidad, es decir, para hacer un diagnóstico de ella, y no, como afirmaban los románticos, para edificar espiritualmente al hombre. La doctrina positivista, en la cual se fundamenta el naturalismo, no considera al hombre como un ser espiritual, sino simplemente material. La vida espiritual no existía para los autores naturalistas. El ser humano,

como cualquier animal, era solo un ente fisiológico movido por la fuerza de sus impulsos y su temperamento. Por tanto la tarea del novelista, decía Zolá, es descubrir mediante la investigación, las causas del comportamiento de la "bestia humana", tal como se investigan las causas del comportamiento de los seres irracionales.

La literatura naturalista, pues, ejerce una función cognoscitiva de denuncia social. De este modo, los naturalistas fueron capaces de descubrir y denunciar públicamente una serie de injusticias y tropelías cometidas por unos en la persona de otros. Esto es lo que hace Benito Pérez Galdós en novelas como las que tienen por protagonista al avaro Torquemada o en otras como Misericordia, donde presenta la vida infrahumana de los mendigos y, en general, de los marginales sociales.

Lo mismo sucede en la literatura hispanoamericana de fines de siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Un autor como Baldomero Lirio (1867-1923), por ejemplo, centra su atención en los mineros del carbón, preferentemente para publicar la injusticia inhumana que se cometía con ellos, a quienes los patrones consideraban menos que bestias de carga. Algo similar hace en poesía Carlos Pezoa Veliz (1879-1908), pero proyectando su mirada al ambiente campesino.

Pezoa Veliz descubre; por ejemplo, que en el campo reina una odiosa dominación de los patrones sobre los siervos. Los dueños de fundos no son solamente propietarios de la tierra, sino también de los seres que en ella trabajan. En pleno siglo XX, los campesinos todavía viven y trabajan en condiciones denigrantes, sometidos a las peores humillaciones de su dignidad, desposeídos incluso de su derecho de elegir y construir su propio futuro".

**a. ¿Cuál sería el título adecuado para este texto?**

- A. Los escritores.
- B. Las obras literarias.
- C. Los periodos literarios.
- D. La literatura de los naturalistas.

**b. Los escritores hispanoamericanos citados en este texto corresponden:**

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| A. Solo al siglo XIX | C. Siglo XVIII     |
| B. Solo al siglo XX  | D. Siglos XIX y XX |

**c. Del texto se infiere que:**

- A. La literatura romántica es más importante que la naturalista.
- B. Aquí se refiere a la literatura naturalista.
- C. Tanto la literatura romántica como la naturalista consideran por igual al hombre.
- D. Zolá es un escritor hispanoamericano.

**d. Según referencias del texto, la literatura neoclásica habría sido:**

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| A. Utilitarista | C. Cognoscitiva |
| B. Edificante   | D. Artística    |

**e. Del texto se concluye que la literatura naturalista (p.38)**

- A. Instruye al espíritu humano.
- B. Hace conocer el alma del hombre.
- C. Muestra la realidad social.
- D. Da ejemplos de cómo vivir

**11. Redacta un resumen de las obras escuchadas, que más te hayan impactado o interesado.**

Criterios:

- Usando apropiadamente signos de interrogación
- Con claridad, coherencia y creatividad.
- Usando recurso no lingüísticos para hacerlo más atractivo

**12. La radio como medio de comunicación se caracteriza por**

- A. la difusión de contenidos a un amplio espectro social.
- B. la variedad de registros de habla utilizados.
- C. su mensaje, que tiene un soporte único: el sonido.
- D. Solo A
- E. A y B

**13. Elabora una narración breve acerca de las diferentes culturas escuchadas en la experiencia.**

## **ANEXO 6: RESEÑA DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA PRIVADA *AMERICA INTERNATIONAL SCHOOL***

Institución Educativa Privada *America International School*, es una Institución Educativa Privada que nace con el firme propósito de brindar ***Una educación integral de calidad al alcance de todos***, de esta manera nuestros niños y jóvenes tengan la oportunidad de construir su presente y futuro dentro de una filosofía del equilibrio en el bien personal y el bien común, con visión de futuro.

Conformada por las instituciones educativas: San Juan Bautista, América International School y América del Valle; su sede central se encuentra ubicado en la Av. Lloque Yupanqui Mz. AK Lote 03 Sector Las Lomas Baja, en la jurisdicción de Jicamarca, Anexo 22, distrito de San Antonio en la provincia de Huarochirí, en el departamento de Lima – Perú; pertenece a la UGEL N° 15 de Huarochirí, atiende los niveles de Inicial, Primaria y Secundaria. Actualmente cuenta con 800 alumnos de ambos sexos provenientes de zonas cercanas.

1. VISION: “Ser reconocidos como una Institución Educativa que brinde una educación integral de calidad científica, tecnológica, humanística y en valores, con un gran deseo de superación, creatividad y perseverancia para formar ciudadanos competentes, comprometidos en su desarrollo personal, el de su comunidad y país, acorde con las exigencias actuales”.
2. MISIÓN: “Una Institución que promueve en nuestros estudiantes una formación académica integral de calidad contextualizada y competitiva, que les permita armonizarlas con las exigencias que la realidad actual exige, desarrollando su creatividad y practicando los valores universales; todo ello a partir de un proyecto curricular institucional organizado, coherente, dinámico y con visión de futuro”.

**ANEXO 7:**

**IMAGEN DE INSIGNIA Y FACHADA DE INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

